



**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ**

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

Cilt: 21 - Sayı: 40, Aralık 2018 ♦ Volume: 21 - Issue : 40, December 2018

ISSN: 1301-5265 / e-issn: 2651-4974

Cilt: 21 - Sayı: 40, Aralık 2018 ♦ Volume: 21 - Issue : 40, December 2018

ISSN: 1301-5265  
e-issn: 2651-4974

**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ**



**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ**

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

Cilt: 21 - Sayı: 40, Aralık 2018 ♦ Volume: 21 - Issue : 40, December 2018

ISSN: 1301-5265 / e-issn: 2651-4974

<http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi>



**Balıkesir Üniversitesi**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**

Cilt: 21 - Sayı: 40, Aralık 2018

**Balıkesir University**  
**The Journal of Social Sciences Institute**

Volume: 21 - Issue: 40, December 2018

**ISSN: 1301-5265 / e-issn: 2651-4974**

**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**DERGİSİ**

**Aralık 2018 Cilt: 21 Sayı: 40**

**SAHİBİ / Owner**

Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü adına  
Balıkesir Üniversitesi Rektörü  
Prof. Dr. Kerim ÖZDEMİR

**EDİTÖRLER / Editors**

Doç. Dr. Halil İbrahim ŞAHİN  
Doç. Dr. Bayram ŞAHİN  
Dr. Öğr. Üyesi Alper UZUN

**Yazı İşleri / Editor in Chief**

Doç. Dr. Bayram ŞAHİN

**Sekreteryası / Secretary**

İbrahim Halil KAZOĞLU  
Merve AYCAN

**DANIŞMA & YAYIN KURULU / Advisory & Editorial Board**

Doç. Dr. Halil İbrahim ŞAHİN (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Bayram ŞAHİN (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Alper UZUN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Abdullah KÖSE (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Abdullah SOYKAN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ali DUYMAZ (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Bahattin KAHRAMAN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Bedriye TUNÇSİPER (İzmir Demokrasi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Dilek İNAN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. E. Murat ÖZGÜR (Ankara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Edip ÖRÜCÜ (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)  
Prof. Dr. Elif ÇİMEN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Erdoğan KOÇ (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)  
Prof. Dr. Erdoğan TEZCİ (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Feryal ÇUBUKÇU (Dokuz Eylül Üniversitesi)  
Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ (University of Central Florida)  
Prof. Dr. Gökhan ORHAN (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)  
Prof. Dr. Hakan ÇETİNTAŞ (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Hüseyin AKAY (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. İsmet ÇETİN (Gazi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Kenan Ziya TAŞ (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet BAŞTÜRK (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet NARLI (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Metin EKİCİ (Ege Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mustafa TEPECİ (Celal Bayar Üniversitesi)  
Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Orhan BATMAN (Sakarya Üniversitesi)  
Prof. Dr. Oya Aytemiz SEYMEN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Öcal OĞUZ (Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Salim ÇONOĞLU (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Şakir SAKARYA (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Şenol ÇELİK (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Tamer BOLAT (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Fahri ÇAKI (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. M. Cem KIRANKABEŞ (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Yusuf AYMANKUY (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Zübeyde Güneş YAĞCI (Balıkesir Üniversitesi)

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

**December 2018 Volume: 21 Issue: 40**

**SOBED KURUMSAL**

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

**DERGİMİZİN TARANDIĞI İNDEKSLER**

**ULAKBİM**

Ebscohost  
Index Copernicus  
Akademik Kaynak İndeksi (ResearchBib)  
Türk Eğitim İndeksi  
Akademia Sosyal Bilimler İndeksi (ASOS Index)  
Akademik Türk Dergileri İndeksi (Akademik Dizin)  
Akademik Araştırmalar İndeksi (Acar Index)



**CORPORATE IDENTITY**

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

**ABSTRACTED AND INDEXED IN FOLLOWING INDEXES**

**ULAKBİM**

Ebscohost  
Index Copernicus  
Academic Resource Index (ResearchBib)  
Türk Eğitim İndeksi  
Akademia Sosyal Bilimler İndeksi (ASOS Index)  
Akademik Türk Dergileri İndeksi (Akademik Dizin)  
Akademik Araştırmalar İndeksi (Acar Index)

**YAZIŞMA ADRESİ / Correspondence Address**

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğü  
Çağış Yerleşkesi 10145 BALIKESİR  
<http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi>  
Tel / telephone: 0 266 612 14 00 / 1401  
Belgegeçer / Fax: 0 266 612 13 07  
Elmek / E-mail: sbederji@balikesir.edu.tr

**BASKI HAZIRLIK: Detay Yayıncılık**, Adakale Sokak No: 14/4 Kızılay-Ankara 312.434 0949, e-posta: detayyay@gmail.com

**BASKI/ÇİLT:** Bizim Büro Matbaacılık ve Basımevi, 1. Sanayi Caddesi Sedef Sokak No: 6/1 İskitler-Ankara

Tel: (0312) 229 9928, Sertifika No: 26649

**BU SAYIDA GÖREV ALAN HAKEMLER\***

Prof. Dr. Ali DUYMAZ (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Alpaslan ALIAĞAOĞLU (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Binnur YEŞİLYAPRAK (Ankara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Erdoğan TEZCİ (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Gülay EKİCİ ( Gazi Üniversitesi)  
Prof. Dr. Hakkı YAZICI (Afyon Kocatepe Üniversitesi)  
Prof. Dr. İlhan GÜNBAYI (Akdeniz Üniversitesi)  
Prof. Dr. Kadir TEMURÇİN (Süleyman Demirel Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet NARLI (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mehmet Oğuzhan İLBAN (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Metin EKİCİ (Ege Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mustafa TEPECİ (Manisa Celal Bayar Üniversitesi)  
Prof. Dr. Nesrin OZSOY (Adnan Menderes Üniversitesi)  
Prof. Dr. Salim ÇONOĞLU (Balıkesir Üniversitesi)  
Prof. Dr. Selahattin DİLİDÜZGÜN (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Serap NAZLI (Ankara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Zakir AVŞAR (Gazi Üniversitesi)  
Doç. Dr. A. Gamze ÇİFTÇİ AYTEKİN (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Burhan AYDEMİR (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ebru TARCAN İÇİGEN (Akdeniz Üniversitesi)  
Doç. Dr. Elbeyi PELİT (Afyon Kocatepe Üniversitesi)  
Doç. Dr. Emrah ÖZKUL (Kocaeli Üniversitesi)  
Doç. Dr. Erdinç PARLAK (Ordu Üniversitesi)  
Doç. Dr. Esin ÖZKAN (Ege Üniversitesi)  
Doç. Dr. Fatih KOÇ (Kocaeli Üniversitesi)  
Doç. Dr. Lütfi ATAY (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)  
Doç. Dr. Mehmet ŞAHİN (Çankırı Karatekin Üniversitesi)  
Doç. Dr. Mine BİNİŞ (Balıkesir Üniversitesi)  
Doç. Dr. Nihan ÖZGÜVEN ( Dokuz Eylül Üniversitesi)

**REFEREES OF THIS ISSUE\***

Doç. Dr. Oya KORKMAZ (Mersin Üniversitesi)  
Doç. Dr. Övünç BARDAKOĞLU (Dokuz Eylül Üniversitesi)  
Doç. Dr. Sebahat YETİM KARACA (Gazi Üniversitesi)  
Doç. Dr. Sinan ESEN (Sakarya Üniversitesi)  
Doç. Dr. Yakup YILMAZ (Kırklareli Üniversitesi)  
Doç. Dr. Satı KUMARTAŞLIOĞLU (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Alper UZUN (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Aysun YILMAZTÜRK (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Evrim ALTUK ÖZDEN (Trakya Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Eyüp YÜNKÜL (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Fikret SÖZBİLİR (Artvin Çoruh Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Hasan Hüseyin YILDIRIM (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi İrfan AKKOÇ  
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ÖRGEV (Kocaeli Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Mesut BOZKURT (Çanakkale 18 Mart Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Muhammet ÖZDEN (Dumlupınar Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi M. Aydın BAŞAR (Çanakkale 18 Mart Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa GÜLTEKİN (Gaziantep Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Talha UZUNER (Yalova Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Osman BAYRAKTAR (İstanbul Ticaret Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk BİÇEN (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Pınar TAŞDELEN (Hacettepe Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Semra DEMİR (Erciyes Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Serkan ŞENGÜL (Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Serkan TÜRKMEN (Çanakkale 18 Mart Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Tahsin GÜLER (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Volkan ÖZBEK (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Zeki KARATAŞ (Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep ŞİMŞEK UMAÇ (Balıkesir Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üyesi. Cengiz MENGENCİ (Yalova Üniversitesi)

\* Öncelikle unvan daha sonra alfabetik sıralamaya göre düzenlenmiştir.





## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

### COĞRAFYA / GEOGRAPHY

- ŞEHİRSEL TOPONİMİ: ERZURUM'DA CADDE ADLARI**..... 1  
*Urban Toponym: Street Names in Erzurum*  
Alpaslan ALİAĞAOĞLU, Abdullah UĞUR
- TERMİK SANTRAL PROJELERİNİN SOSYAL KABUL BOYUTU:  
PAŞAKÖY (BALIKESİR) TERMİK SANTRALİ ÖRNEĞİ**..... 27  
*Social Acceptance of Thermal Power Plant Projects: Paşaköy (Balıkesir)  
Thermal Power Plant*  
Alper UZUN, Ferhat ARSLAN

### DİL VE EDEBİYAT / LANGUAGE AND LITERATURE

- TED HUGHES'UN "HAWK ROOSTING" ŞİİRİNİN EKOELEŞTİRİ  
İLE OKUNMASI**..... 53  
*An Ecocritical Reading of Ted Hughes's "Hawk Roosting"*  
Dilek İNAN, Merve Nur BOLDAN
- MEKÂN-ZAMAN-İNSAN İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA  
21. YÜZYILDA PAZARLAR**..... 63  
*Bazaars in the 21st Century in the Context of Space-Time-Human  
Relationship*  
Gonca KUZAY DEMİR
- WATTPAD ROMANLARINA İLK GENÇLİK EDEBİYATI  
AÇISINDAN BİR BAKIŞ**..... 75  
*A Look from Early Teen Literature Point to Wattpad Novels*  
Ertan ÖRGEN, Büşra GÜNEŞ
- DEDE KORKUT HİKÂYELERİNDE VAN GÖLÜ HAVZASI  
SÖZ VARLIĞI**..... 91  
*Spoken Assets of Van Lake Region in Dede Korkut Stories*  
Veysi SEVİNÇLİ

## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

<b>CEM TÖRENLERİNDE KAMBERLİK/ZÂKİRLİK GELENEĞİ: BALIKESİR ÇEPNİLERİ ÖRNEĞİ.....</b>	<b>107</b>
<i>“Kamberlik/Zakirlik” Tradition in Cem Ceremonies: Example of Balikesir Chepnis</i>	
Halil İbrahim ŞAHİN	

### EĞİTİM BİLİMLERİ / EDUCATIONAL SCIENCES

<b>“HAREKET” VE “ADIM” BAĞLAMINDA EĞİTİM BİLİMLERİ MAKALELERİNİN GİRİŞ BÖLÜMLERİNİN İNCELENMESİ .....</b>	<b>127</b>
<i>Analysis of the Introduction Parts of Educational Science Articles in the Context of “Movement” and “Step”</i>	
Halil Erdem ÇOCUK	

<b>TÜRKİYE’DE İNGİLİZCE ÖĞRETİM GÖREVLİLERİNİN YABANCI DİLLER YÜKSEKOKULLARINDA İŞE ALIM SÜRECİ: SORUNLAR VE ZORLUKLAR.....</b>	<b>159</b>
<i>Recruitment of English Language Instructors at The Schools of Foreign Languages in Turkey: Issues and Challenges</i>	
Ferit KILIÇKAYA	

<b>MATEMATİK ÖĞRETİMİNDE AKILLI TAHTALARIN KULLANIMINDA KARŞILAŞILAN ZORLUKLAR.....</b>	<b>183</b>
<i>The Difficulties Encountered While Using Smart Boards in Mathematics Teaching</i>	
Tamer KUTLUCA, Ali TUM	

<b>BOŞANMIŞ BİREYLERİN BAŞ ETME STRATEJİLERİNİN VE YAŞAM KALİTELERİNİN BAZI DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ. 209</b>	
<i>Investigation of Divorced Individuals’ Coping Strategies and Quality of Life in Terms of Some Variables</i>	
Fahri SEZER, Uğur GÜRGAN	

## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

ÖĞRETMENLERİN İSTENMEYEN ÖĞRENCİ DAVRANIŞLARI  
İLE BAŞA ÇIKMA YÖNTEMLERİ VE BU YÖNTEMLERİN  
ETKİLİLİĞİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ..... 223

*Teachers' Coping Methods for Dealing with Students' Misbehaviours and  
Their Opinions about Effectiveness of These Methods*

Güngör YUMUŞAK, Özgül BALCI

ÇOKLU ORTAM ÖĞRENME İLE İLGİLİ ÖĞRENER GÖRÜŞLERİ..... 255

*Learner Views about Multimedia Learning*

Eyup YÜNKÜL

### İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER / ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

TÜRKİYE'DE VERGİ-TÜKETİM İLİŞKİSİ: ALKOL VE TÜTÜN  
ÜRÜNLERİNE YÖNELİK BİR SAHA ARAŞTIRMASI..... 271

*Tax-Consumption Relationship in Turkey: A Survey on Alcohol and Tobacco  
Products*

Murat ÇETİN, Ersan ÖZKAN

KÜRESEL KRİZ SONRASI GELİŞMİŞ ÜLKE MERKEZ  
BANKALARININ NEGATİF FAİZ ORANI POLİTİKASI  
UYGULAMALARI: BİR DEĞERLENDİRME ..... 289

*Negative Interest Rate Policy Experience of Central Banks in Advanced  
Country after the Global Crisis: An Evaluation*

Meryem FİLİZ BAŞTÜRK, Emin ERTÜRK

ULUSLARARASI ADALETİN AHLAKİ TEMELLERİ..... 313

*The Moral Foundations of International Justice*

Mehmet KOCAOĞLU

## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

<b>PSİKOLOJİK SÖZLEŞME İHLALİ VE DUYGUSAL EMEK İLİŞKİSİ: SAĞLIK SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA</b> .....	337
<i>The Relationship of Psychological Contract Breach and Emotional Labor: A Research on the Health Sector</i>	
Edip ÖRÜCÜ, Erdoğan KORKMAZ	
<b>BİST-100 VE BİST SEKTÖR ENDEKSLERİ İLE VIX ENDEKSİ ARASINDAKİ İLİŞKİSİNİN ANALİZİ</b> .....	351
<i>Analysis of Relationship Between BIST-100 and BIST Sector Indices with VIX Index</i>	
Şakir SAKARYA, Hilmi Tunahan AKKUŞ	
<b>NİTEL ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİNİN SAĞLIK HİZMETLERİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ</b> .....	375
<i>Investigation of Qualitative Research Methods in The Context of Health Services</i>	
Seda SÖNMEZ, Gülnur İLGÜN	
<b>WARD, K-ORTALAMALAR VE İKİ ADIMLI KÜMELEME ANALİZİ YÖNTEMLERİ İLE FİNANSAL GÖSTERGELER TEMELİNDE HİSSE SENEDİ TERCİHİ</b> .....	401
<i>The Stock Selection with Ward, K-Means and Two-Steps Clustering Analysis Methods Based on the Financial Indicators</i>	
Bilgehan TEKİN	
<b>PAZARLAMADA YENİ BİR YAKLAŞIM: KABİLE (TOPLULUK) PAZARLAMASI</b> .....	437
<i>A New Approach in Marketing: Tribal (Community) Marketing</i>	
Sevilay USLU DİVANOĞLU	
<b>ÖĞRENCİLERİN KARIYER TERCİHLERİNE GÖRE KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN KARIYER DEĞERLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: İŞLETME LİSANS BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA</b> .....	457
<i>Effects of the Students' Personality Traits on Their Career Anchors by Their Career Trends: A Research on Students in Business Administration</i>	
Nihan YAVUZ, Mehmet SAĞLAM, Beliz ÜLGEN	

## İÇİNDEKİLER / CONTENTS

- MAĞAZA İMAJININ ALIŞVERİŞÇİ HAREKETLİLİĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BURSA İLİNDE BİR UYGULAMA** ..... 497  
*The Effect of Store Image on Shopper Mobility: An Application in Bursa*  
Barış ZENGİN, Serkan KILIÇ

### TURİZM / TOURISM

- İKİNCİ KONUT SAHİPLİĞİNDE İTME VE ÇEKME FAKTÖRLERİ: EDREMİT ÖRNEĞİ** ..... 527  
*Push and Pull Factors in Secondary Home Ownership: Example of Edremit*  
Cevdet AVCIKURT, Cemali BUZLUKÇU, Muşa OFLAZ, Talha Serdar SEZEN, Ahmet KÖROĞLU, Mehmet SARIOĞLAN, Sebahattin KARAMAN

- TURİSTLERİN GIDA KARAR SÜRECİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ** ..... 551  
*Designation of the Influential Factors during the Food Decision Process of the Tourists at the Destination*  
Büşra DİKEN, Göksel Kemal GİRGİN

- MEKANA VE YEREL HALKA BAĞLILIK, KÜLTÜREL MİRASA YÖNELİK TUTUMU ETKİLER Mİ?** ..... 583  
*Do Place and Community Attachment Influence the Attitude towards Cultural Heritage?*  
Ceren İŞÇİ, Berrin GÜZEL, Emre ATABER

- TÜRKİYE'DEKİ OTEL İŞLETMELERİNİN WEB SİTELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA** ..... 607  
*A Qualitative Research for Assessment of the Website of Turkey on Hotel Business*  
Aydn ÜNAL, Onur ÇELEN





# ŞEHİRSEL TOPONİMİ : ERZURUM'DA CADDE ADLARI

## Urban Toponym: Street Names in Erzurum

Gönderim Tarihi: 31.07.2018

Kabul Tarihi: 31.08.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.489078

Alpaslan ALIAĞAOĞLU\*  
Abdullah UĞUR\*\*

**ÖZ:** Cadde ve sokak adları şehirler hakkında çok yönlü bilgi veren kaynaklardır. Lokasyonlar adlar vasıtasıyla anlam kazanmakta ve mekanlar böylece yere dönüşmektedir. Cadde ve sokak adlarının doğru okunması, şehir kimliğine önemli katkı sağlayacaktır. Bu çalışmada Erzurum'da cadde, bulvar ve yol adları, toponimi biliminin esasları çerçevesinde değerlendirilmektedir. Çalışmada cadde ve bulvar adları, Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı'ndan alınmıştır. Hatırlama, eleştirel toponimi gibi çoklu yaklaşımın kullanıldığı çalışmada, Aliağaoğlu ve Uzun (2011) tipolojisi esas alınmaktadır. Söz konusu sınıflandırmaya, Erzurum şehri açısından bakıldığında, kongre, eski yurt özlemi ve büyük düzenleme (kış olimpiyatları) caddeleri eklenmektedir. Erzurum'da şahıs adları, sıkça rastlanan cadde adlarıdır. Bu durum şehirlerin insan yapımı yerleşmeler oluşuyla ilgilidir. Diğer caddeler sırasıyla yer-yön bildiren, diğer, dostluk-kardeşlik, ve cumhuriyet caddeleridir. Tarihi ve doğal miras, ulus devletleşme süreci, şehirsal arazi kullanımı, siyasi iktidarın etkisi, güvenlik koşulları ve şehirsal büyüme, Erzurum'da şehirsal toponiminin şekillenmesinin başlıca nedenleridir.

**Anahtar Kelimeler:** Erzurum, Şehirsal Toponimi, Cadde, Bulvar, Yol.

**ABSTRACT:** Street names are sources of versatile information. With names, locations get meaning and turn into places. Correct reading of streets names, which are text, will make a significant contribution to the urban identity. In this study, streets, boulevards and road names in Erzurum are evaluated within the framework of the principles of toponymy. The names of streets and boulevards were taken from the Ministry of Finance Revenue

\* Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi/ Fen Edebiyat Fakültesi/Coğrafya Bölümü/Beşeri Coğrafya Anabilim Dalı, alpaslan38ster@gmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-6198-3878

\*\* Doç. Dr. Pamukkale Üniversitesi/Eğitim Fakültesi/Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, ugarabdullah@pau.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-2090-6294

Administration. Using multiple approaches such as remembering and, critical toponymy, Aliağaoğlu and Uzun (2011) typology is used. When you look the point of view of the Erzurum city, congress, old country longing and walls of the fortification gate are added. Individual names are the most important street name. This is related to the cities being' man-made settlements. The other streets respectively are the other, friendship-fraternity, place orientation and republican streets. The historical and natural heritage, the process of nationalization, the use of urban land, the effect of political power, the security conditions and the urban growth are the main reasons for the formation of urban toponymy in Erzurum.

**Keywords:** Erzurum, Urban Toponymy, Street, Boulevard, Road.

## GİRİŞ

İnsanların çevresini tanımlamada kullandıkları en temel özelliklerden birisini adlandırma faaliyeti oluşturmaktadır. İnsanlar bu faaliyetiyle yeryüzü üzerindeki bir mekânı diğerinden ayırt etme kabiliyetine kavuşmaktadır. Böylece mekânın anlam kazanma süreci de başlamaktadır. “Yerin kişiliği doğal özellikler ile insan neslinin zamanla meydana getirdiği düzenlemelerin bileşkesi (Tuan, 2005)”nden meydana gelmektedir. “Yer, mekânın insan deneyimi ile anlam kazanmış şeklidir” (Tuan, aktaran Tümertekin ve Özgüç, 2017, 60). Şehirler, fiziksel, nüfus ve idari yönden olduğu kadar sosyo-ekonomik ve kültürel yönden de içeriği yoğun ve çeşitlilik gösteren yerleşmelerdir. Öyle ki ortaklaşa hatıralarla dolu olan şehirler, aynı zamanda ideolojilerin tasarlandığı, kültürel değerlerin ifade edildiği, iktidarın mekân üzerinde semiyolojik (gösterge bilimsel) denetime sahip olduğu merkezlerdir (Hall, 2001, Çelik vd., 2007). Duncan (1990) şehirlerin metin olarak ele alınabileceğini ifade etmektedir. Bu metin cadde ve sokak adları üzerinden okunmaktadır. Cadde ve sokak adlarında bir şehirdeki yaşanmışlıkların, kültürün, inancın, acının, mutluluğun ve diğer birçok olayın hafızası yer almaktadır. Böylece şehrin önemli bir elemanı olan cadde, bulvar ve yol adları, şehirde nerede sorusunun cevabının yanında geçmişi anlamının kaynağı olarak da bilgi veren mekânsal ve sosyal varlıklar olarak ortaya çıkmaktadırlar.

Nesneleri birbirinden ayıran en önemli unsur olan adlar, genel olarak ad biliminin konusudur. Ad bilim (onomastik), canlıların, cansız varlıkların veya soyut kavramların adıyla ilgilenen bilim dalıdır. Onomastik kendi arasında üç alt kola ayrılır. Bunlar yer adları bilim (toponimi), coğrafi adlar bilim (akarsu adları bilimi hidronimi, dağ adları bilimi oronimi) ve kişi adları bilimidir (antrponimi) (Yavuz ve Şenel, 2013). Toponimi, yerleşme yerleri ya da herhangi bir fiziki mekana verilen adları anlam, oluşum, köken, dağılışı v.b. gibi yönleriyle inceleyen bir bilim dalı olarak tanımlanmaktadır. Türkçe Bilim Terimleri Sözlüğü’nde, “Yer adı bilim şeklinde yazılmakta, yer belirten, özel adları

inceleyen özel ad bilim” (2011, 1278) dalı olarak ifade edilmektedir. Toponimi kendi arasında alt dallara ayrılmaktadır. Cadde, sokak vb. ulaşım yollarının adları “hodoniminin (veya “odoniminin ) çalışma alanıdır. Şehirsel toponimi olarak da tanımlanabilecek olan hodoniminin konusu, sadece cadde ve sokak adları değildir. Meydan, alan, bulvar, mahalle, gökdelen ve ticari işyeri adları da hodonimi tarafından incelenmektedir.

Yer adları, dilbilim, coğrafya, tarih, etnografya gibi çok sayıda bilimin çalışma konusudur. Bu nedenle birçok ilimle ortaklaşa çalışan toponimi; dilbilimsiz lal, tarih ilimsiz köksüz, coğrafya ilimsiz ise mekânsızdır (Yavuz ve Şenel, 2013). Buradan da anlaşılacağı gibi yer adları çalışan bir araştırmacı dil, coğrafya, tarih ve etnografya bilimlerini göz ardı etmemelidir.

Bu çalışmada Erzurum şehrinde cadde, yol ve bulvar adları ele alınmaktadır. Kent kimliğinin bir parçası olan cadde ve bulvar adlarının bilinmesi, mekânın okunması, yani doğru anlaşılması ve algılanması bakımından önemlidir. Çalışma aynı zamanda bu alandaki gelecek çalışmalar için bir metodolojik alt yapı da oluşturmayı hedeflemektedir.

Çalışma kısa bir giriş kısmı dikkate alınmazsa, dört bölümden oluşmaktadır. İlgili kaynaklar kısmında şehirsel yer adları ile ilgili yabancı ve yerli çalışmalar ele alınmakta, ancak şehirsel olmayan toponimik çalışmalar dikkate alınmamaktadır. Kavramsal çerçevede Aliğaçoğlu ve Uzun (2011) sınıflandırılması verilmektedir. Yöntem, veri ve sınırlılıklar bölümünde çalışmada kullanılan yaklaşımlar ile veri kaynakları ve sınırlılıkları üzerinde durulmaktadır. Erzurum'da cadde adları başlıklı bölümde, cadde, bulvar ve yol adlarının köken ve anlamları verilmektedir. Çalışmanın sonuç bölümünde Erzurum şehrinin cadde, bulvar ve yol adlarının yukarıda belirtilen sınıflandırmaya göre analizi sonucunda ulaşılan sonuçlar ve gelecek çalışmalar için öneriler verilmektedir.

### LİTERATÜR TARAMASI

Şehirsel toponimik çalışmalar daha çok yurt dışında yapılmış olup; bunlar da yer adlandırmaların arka planındaki politik mücadelesi üzerine temellendirilmiştir. Ulus devlet oluşum süreci (Azaryahu ve Kook 2002), komünizmin yıkılışı (Azaryahu 1986, Cohen ve Kliot, 1992; Palonen 2008; Light, Nicolea ve Suditu 2002, Gill 2005, Tucker 2008) ve sömürgecilik sonrası toponimik temizleme (Yeoh 1992) etnik yer adları savaşı (Alderman 2000, 2003) ele alınan başlıca konulardır. Hargreaves ve Holland (1999), Yeni Zelanda'da cadde ve mahalle adlarını çalışırken, çok faktörlü açıklama getirmektedirler. Çalışmaya göre, kolonileşmenin yer adları üzerinde etkisi olmuştur. Ancak bu durum tek açıklayıcı neden olarak görülmemektedir. Politik düzen veya siyasi geçmişle ilgili olmayan cadde adları da vardır.

Türkiye’de cadde bulvar adlandırma konusundaki yazın sınırlı olmakla birlikte artış eğilimine girdiği görülmektedir. Erdentuğ ve Burçak (1998), Özkan ve Yoloğlu (2005), Günal (2012) ve Kara’nın (2012) çalışmaları ideoloji ve siyasetin, şehirselleşme yer adlarına müdahalesi ile ilgilidir. Benzer bir çalışma Çoban tarafından da yapılmıştır. Çoban (2013), siyasi dönüşümlerin toplumsal hafızaya olan etkilerini Türkiye örneğinde üç dönem halinde ele almaktadır. Bunlar; “ulus devlet olma süreci”, “12 Eylül darbesi ve sonrası dönem” ile “2000’li yıllar, Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) dönemi” şeklinde sıralanmaktadır. Sol ideolojiyi hatırlatan yer adlarının silinmesi, darbe kurmaylarının adlarının yer adı olarak kullanılması, 27 Mayıs darbesinin izlerinin silinmesi ve Demokrat Parti ileri gelenlerine itibarlarının iadesi, 12 Eylül sonrası dönemin başlıca özellikleridir. 2000’li yıllar ve AKP döneminde, 12 Eylül darbesinin verdiği yer adları değiştirilmeye çalışılmış, Osmanlı ve Türk-İslam medeniyetini hatırlatan isimler kullanılmış, T ve C (Türkiye Cumhuriyeti) harflerinin kurum tabelalarında kullanım krizi yaşanmış ve yaşayan AKP’lilerin adları farklı konumlarda kullanılmıştır. Bu konuda yapılan başka çalışmalar da vardır. Aliağaoğlu ve Uzun (2011) Türkiye için şehirselleşme yer adları tipolojisi geliştirmiş, bu tipoloji Aliağaoğlu ve Yiğit (2003) tarafından Balıkesir şehrinde uygulanmıştır. Günal vd. (2011) Şanlıurfa, Aliağaoğlu (2013) Balıkesir (mahalle adları), Bay-san ve Kara (2014) Aydın, Kayserili (2015) Erzurum, Başarır (2017) İstanbul, Çakı (2017) Balıkesir, Özçelik (2017) Ödemiş, Turan ve Erçoşkun (2017) Ankara (meydanlar) için toponimik çalışmalar yapmışlardır. Başarır’a göre (2017), İstanbul’da kapalı toplum olarak ifade edilen konut projelerinin adlandırma eylemi ile farklılıkları ortadan kaldırmakta, şehri yok yerler haline getirmektedir. Canatan (2017) Atatürk adının ülke şehirlerinde meydanlarda kullanılma sıklığı konusunda çalışma yapmıştır.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Cadde-sokak adlandırması eski bir eylemdir. Adlandırma rastgele yapılmakta; doğal çevre, insan ve insanın içinde bulunduğu pek çok olay veya etmen adlandırmada kullanılmaktadır. Ayrıntılı olarak ele alınca adlandırma eyleminin farklı nedenleri ortaya çıkmaktadır. Şehirlerin başlangıçtaki formu, şehirselleşme işlevler, önemli olay ve kişiler, soy bağları, şehirselleşme arazinin doğası veya büyüme eğilimleri ve politik nedenler bunlar arasındadır.

Yer adları sınıflandırmasıyla ilgili değişik çalışmalar yapılmıştır. Karaboran (1984), Doğanay (2016) ile Koca ve Yazıcı (2011) sınıflandırmaları bunlar arasındadır. Başka bir sınıflandırma Çakı (2017) tarafından Balıkesir şehrin fiziki yapısı ve aidiyet özellikleri dikkate alınarak geliştirilen bir tipolojiyle yapılmıştır. Bu tipolojiye göre, cadde (sokaklar) beş başlık altında ele alınmakta-

dır. Bunları; kamusal kurum sokakları, büyük sermaye sokakları, küçük esnaf (çarşı) sokakları, cami sokakları ve meskun bölge sokakları şeklinde sıralamak mümkündür. Diğer bir sınıflandırma Alişaoğlu ve Uzun (2011) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada Alişaoğlu ve Uzun (2011)'un sınıflandırılması kullanılmaktadır. Bunun başlıca nedeni bu sınıflandırmanın, Türkiye şehirlerindeki cadde ve bulvar adlarını dikkate alarak yapılmış olması ve bazı çalışmalarda (Alişaoğlu ve Yiğit, 2013; Baysan ve Kara, 2014; Özçelik, 2017) kullanılmış olması ile ilgilidir.

Alişaoğlu ve Uzun sınıflandırması (2011) yedi başlıktan oluşmaktadır (**Tablo 1**). Bunlardan biri Cumhuriyet caddeleridir. Bağımsızlık Kurtuluş savaşı ile kazanılmış, bu süreçte birçok olay meydana gelmiş, birçok kişi aktif rol oynamış ve Türkiye Cumhuriyeti kurulmuştur. Cumhuriyeti kuranlar modernlik bakış açısıyla yeni devleti şekillendirmek istemiş, böylece ulus devletleşme süreci başlamıştır. Bu süreç içinde yaşanan bütün olaylar, dört farklı Cumhuriyet caddesi ile mekânda yer bulmuştur. Bunlar, Cumhuriyet caddeleri, Cumhuriyetin önemli şahısları, zafer caddeleri, kurtuluş günü caddeleri şeklinde sıralanmıştır. Bu bağlamda, Cumhuriyet, 50. yıl, Gazi, Mustafa Kemal, Atatürk, Altı Eylül, Milli Egemenlik ve Sakarya, Anafartalar gibi adlar cumhuriyet cadde adlarında sıklıkla kullanılmıştır.

**Tablo 1:**Alişaoğlu ve Uzun (2011) Cadde-Bulvar-Yol Sınıflandırması

<b>Kategori</b>
1. Cumhuriyetle İlgili Caddeler
1.1. Cumhuriyet Caddeleri
1.2. Cumhuriyetin Önemli Şahısları
1.3. Zafer Caddeleri
1.4. Kurtuluş Günü Caddeleri
1.5. Kavramsal Cumhuriyet Caddeleri
2. Şehitler Caddeleri
3. Dostluk- Kardeşlik Caddeleri
4. Yer/Yön Belirten Caddeler
4.1. Nirengi Noktaları
4.2. Eski ve Yeni Arazi Kullanımı
4.3. Fosil Caddeler
5. Sayısal Caddeler (Matematik Adlandırma)
6. Önemli Şahıslar
6.1. Yerel Şahıslar
6.2. Ulusal Şahıslar
7. Diğer

**Kaynak:** Alişaoğlu ve Uzun, 2011: 128.

Şehitler caddesi, mekâna ve yere sahip olmanın başka bir tezahürüdür. Türkiye'nin bulunduğu konuma bağlı olarak, çevresinde yaşanan ayrılıkçı hareket ve savaşlar şehit sayısını artırmaktadır. Bugün Türkiye'nin hemen her şehri şehitlerinin isimlerini farklı şekillerde yaşatmaktadır. Bu alanlardan bir tanesi de şehirlerin cadde-sokak adlarıdır. Bu durumun sonucu olarak, "şehitler caddesi" olarak nitelenebilecek caddeler, Türkiye şehirlerinin coğrafi görünümünün önemli bir parçası olmuş durumdadır. Bu tür caddelerde sıklıkla Kıbrıs şehidi Cengiz Topel ya da Kıbrıs Şehitler Caddesi kullanılmaktadır. Türkiye'nin çeşitli mekânlarda (Kıbrıs, Kore) savaşa dâhil olması, ülkenin şehitler vermesinde başka bir neden olarak ortaya çıkmaktadır. Yine terörle mücadelede şehit olanlar başta olmak üzere şehitler caddesi, 15 Temmuz 2016 tarihindeki Kalkışma hareketi nedeniyle de adlandırılmaya yaygın olarak kullanılmaktadır.

Tarihi kültürel birikim, kent kimliğinin temel belirleyicilerindedir. Türkiye'de kent kimliğinin önemli belirleyicilerinden biri de dostluk-kardeşlik caddeleridir. Uzak yerlerin veya kişilerin Türkiye şehirlerinde yakında hissedildiği dostluk-kardeşlik caddeleri, Türklerin yerleştiği geniş alanların coğrafyası hakkında bilgi vermekte, soy bağlarını ifade etmektedir. Kuşkusuz bu tür caddelerin ortaya çıkışı sadece soyla ilgili değildir. Kültürel (dini) yakınlık da bir başka etken olarak ortaya çıkmaktadır (Aliağaoğlu ve Uzun, 2011). Bu bağlamda Saray Bosna veya Selanik gibi isimler cadde adlarında kullanılmaktadır. Yabancı devlet adamlarına ait isimler de özellikle başkentlerde ortaya çıkmaktadır.

Yer ve yön belirten caddeler, nirengi noktaları olabileceği gibi eski ve yeni arazi kullanışı ile fosil caddeler de olmaktadır. Nirengi noktaları, şehrin dikkat çeken özel yerleri veya yol göstermede referans noktalarıdır. Bunlar bir dağ, saat kulesi veya bina olabilmektedir. Fosil cadde isimleri ise eski arazi kullanımına sahip şehirlerde özellikle de büyük şehirlerde görülmektedir. Türkiye'de büyük şehirlerde Selçuklu özellikle Osmanlı dönemi çarşı izlerini taşıyan şehirlerde bu durum daha yaygın olarak ortaya çıkmaktadır. Bu şehirlerde cadde bazında özelleşme söz konusudur. Bu durum sokak ölçeğinde de ortaya çıkmaktadır. Demirciler, tahtacılar, kasaplar caddesi yada çarşısı gibi adlarla geçmişin izlerini, bunlar üzerinden sürmek de mümkündür.

Şehirlerde ortaya çıkan başka bir cadde tipi sayısal caddelerdir. Rakamlarla ifade edilen ve matematik adlandırma olarak da belirtilen bu çeşit adlandırmalar, büyük şehirlerde, şehrin yeni gelişen alanlarında veya organize sanayi bölgeleri gibi alanlarda yaygınlık göstermektedir. Ülkemizde bugün sokak adlandırmasında matematik adlandırma, siyasi iktidarın kararıyla geçerli bir durumdur.

Şehirlerde görülen diğer bir cadde ismi tipi şahıs adlarıdır. Öyle ki şehirlerde bilinen ve sıradan çok sayıda kişi yaşar. Bununla birlikte her toplumda çeşitli alanlarda seçkinleşip sıradan insanlardan farklılaşan ve o ülke veya şehir



için önemli hale gelen kişiler de (Bilgin, 2003: 65) bulunmaktadır. Şehirler bu anlamda “önemli” insanlarla dolu yerleşmelerdir. “Toplumlar bir yere ad verirken, söz konusu toplum için saygın ve değerli, önemli olan kişileri seçeceklerdir” (Gülbetekin, 2017: 66). Bunlar devlet büyükleri, siyasi kişilikler, yerel kahramanlar, bürokratlar, hayırseverler, iş adamları, din büyükleri, bilim insanları, sanat ve kültürde ön plana çıkanlar olabilmektedir (Çoban, 2013).

## VERİ, YÖNTEM VE SINIRLILIKLAR

Erzurum şehrinde cadde, bulvar ve yol adları incelenirken cadde-sokak adlandırması alanında egemen olan başlıca yaklaşımlar dikkate alınmaktadır. Bu yaklaşımlarla konu ele alınırken, kavramsal çerçevede açıklanan Aliagaoglu ve Uzun (2011)'in yer adları sınıflandırması konunun arka planını oluşturmaktadır.

Cadde-sokak adlandırması alanına egemen olan başlıca iki yaklaşım bulunmaktadır. Bunlardan biri hatırlama paradigması olarak da bilinen Fransız yaklaşımıdır. Bu yaklaşım cadde ve sokakların neyi ve niçin hatırlattıkları veya köken, oluşum, anlam ve sınıflandırılması üzerine temellendirilmiştir (Kooloos, 2010). Assmann (2001) tarafından ortaya konulan hatırlama paradigması, adlandırma eylemine teorik arka plan sağlar.

Bu paradigmaya göre gerçeğin belirli bir kişi, yer ya da olay biçiminde yaşanması gerekir. Ancak bir olayın bir grubun belleğinde yer etmesi için anlamlı gerçeklerle zenginleşmeye ihtiyacı vardır. Assmann (2001) üç hatırlama figüründen söz etmektedir. Bunlar; zaman ve yer, gruba bağlılık ve tarihin yeniden kurulmasıdır. Hatırlama figürleri, somut bir mekân ve zamana dayanır. Hatırlanan içerikler, derin geçmişe dayanması, olağanüstü olaylarla ilişkileri veya hatırlamanın periyodik ritmi nedeniyle zamansallık kazanır. Hatırlar aynı zamanda mekâna dayanır. Grup olmak mekânın veya çevrenin özelliklerine de bağlıdır. Nora (2006: 17)'nin ifadesiyle “süreklilik duygusunun kökü mekândadır”. Kendini grup olarak sağlamlaştırmak isteyen her topluluk, kimliklerinin sembolü ve hatırlanmanın temeli olarak mekânları yaratma ve garanti altına almak isterler. Böylece toplumsal bellek ortaya çıkmış olur. Toplumsal bellek ona sahip olanlarla var olur. Toplumsal bellek gerçek ve yaşayan bir grupla ilişkilendirilebilir. Halbwachs (2017: 142)'in deyişiyle, mekân, grubun özelliklerini grup da mekânın özelliklerini taşır. Toplumsal bellek, sürekli yeniden kurma işlemine dayanır. İlerleyen zamanın değişken ilişkileri çerçevesinde, sürekli olarak yeniden örgütlenir. Böylece toplumsal bellek, sadece geçmiş anlatmakla kalmaz, aynı zamanda şimdi ve geleceğin deneyimlerini de örgütler (Assmann, 2001). Dolayısıyla toplumsal bellek devamlı bir gelişim içindedir (Nora, 2006).



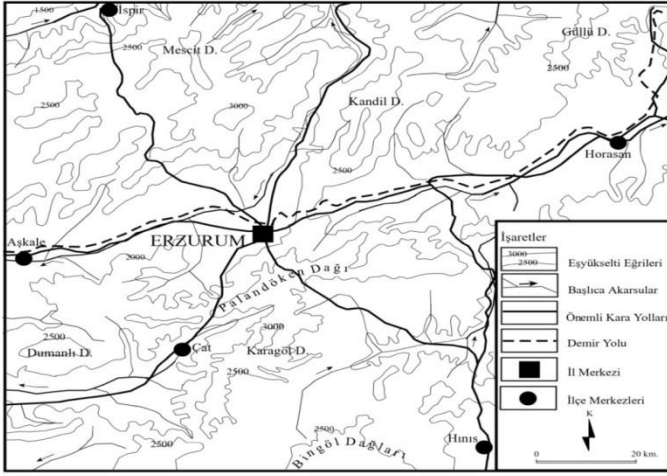
İkinci yaklaşım Azaryahu tarafından temsil edilmekte olup 1990'lı yıllarda önem kazanmaya başlamıştır. Maoz Azaryahu, cadde ve sokak adlandırmasının hatırlatıcı yanını kabul etmekle birlikte, adlandırmanın arka planındaki politik mücadele ve ortak kimlik oluşturmada sosyal süreçlerin rolü üzerinde durmaktadır. Açıkça ifade edilirse o, cadde adlandırmasının ulus-devlet ve kimlik oluşumundaki işlevine vurgu yapmaktadır. Politik rejimler ve elitler, tarihi kullanarak egemenliklerini meşru kıldıkları gibi, otoritelerini bu yolla güçlendirmektedirler. Cadde adları mekâna hâkim olmanın veya ortak bellek oluşturmalarının araçlarındandır. Sosyal olarak inşa edilen ve kültürel olarak biçimlenen kamu belleği, kültürel kodlar, sosyal değerler, ideolojik bakış açıları ve politik iktidar ilişkilerine bağlı olarak yeniden üretilir (Azaryahu, 2009, aktaran Aliagaoglu ve Yiğit, 2013). Bu çalışmada her iki yaklaşım da kullanılmaktadır.

Erzurum şehrinde sadece cadde, bulvar ve yol adları incelenirken, sokak adları dikkate alınmamaktadır. Şehirlerde çok sayıda sokağın bulunması ve günümüzde sokak adlandırmasının numara esaslı yapılıyor olması bu durumun nedenidir. Bilindiği üzere ülkemizde 2006 yılından itibaren 26245 sayılı Adres ve Numaralandırmaya İlişkin Yönetmelik çerçevesinde sokak adları numara ile belirlenmektedir. Çalışmada cadde, bulvar ve yol adları Maliye Bakanlığı Gelir İdare Başkanlığı (2010) Erzurum 25 adlı çalışmadan alınmıştır. Ayrıca Google Earth yardımıyla mevcut durum kontrol edilmektedir. Çalışmada geçen Erzurum şehri, Erzurum Büyükşehir Belediyesinin merkez ilçelerini ifade etmektedir. Kullanılan fotoğrafların bazıları Erzurum Büyükşehir Belediyesinden alınmıştır.

## ARAŞTIRMA BULGULARI: ERZURUM'DA CADDE ADLARI

Erzurum şehri, Doğu Anadolu Bölgesi'nin Erzurum-Kars Bölümü'nde yer almaktadır. Bu Bölgenin en temel özelliği bir bütün olarak yüksek bir yapıya sahip olmasıdır. Bu özellik Erzurum-Kars Bölümü'nde daha da önemli hale gelir. Erzurum-Kars Bölümü'nün başlıca sehrini ise bir bölgesel metropol olan Erzurum şehri oluşturmaktadır. Erzurum şehri bu bölümde yüksekliği 2000 metreyi bulan Erzurum Ovası'nın güneydoğusunda, Palandöken Dağı'na yaslanmış birikinti konisi üzerinde yer seçmiş ve zamanla ovaya bütün yönlerde yayılmıştır (**Şekil 1, Foto 1**). Şehrin cadde-sokak düzenine bakıldığında morfolojik açıdan konsantrik bir yapıya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu özellik daha çok şehrin merkezi kısmında bariz olarak görülmektedir.

Şekil 1: Erzurum Şehri ve Yakın Çevresi



Fotoğraf 1: Erzurum Şehrinin Ovadan Görünüşü

Erzurum şehri tarihi süreç içinde farklı adlarla anılmıştır. Kayserili (2015)21 addan bahsetmektedir. İslam öncesi dönemde Theodosiopolis, Karin, Karintis, adları kullanılmıştır. Müslüman Araplar şehri Kalikale olarak adlandırmışlardır. Şehrin Türk hâkimiyeti döneminde ise Karaz, Karaarz, Kara-erzen, Erzenü'r Rum, Erzen-i Rum, Arz'ı Rum adları kullanılmıştır. Nihayet bugün Erzurum adı kullanılmaktadır.

Erzurum şehrinin cadde, bulvar ve yol isimleri irdelendiğinde Türkiye'nin her şehri gibi Erzurum da Cumhuriyet caddelerine yaygın olarak rastlanır (Tablo 2, Foto 2). Bunlar Türkiye Cumhuriyeti'nin ulus devleti gelişim sürecinin mekânsal uzantılarıdır. Ulus devlet oluşumunun ön koşulu, ulusal birliğin ve kimliğin yaratılmasıdır (Şengül, 2009). Bu anlamda Cumhuriyet caddeleri ulus devletleşme sürecinin mekâna kodlanmasında önemli bir yere sahiptir.

Böylece Anadolu vatana dönüşmüştür. Bunlar Türk Ulusu'nun belirginleşip yerleştiği mekân parçaları olarak da tanımlanabilir. "Cumhuriyetle ilgili caddeler" Aliğaoğlu ve Uzun (2011)'un sınıflandırmasına göre farklı içerikli beş alt grupta iken Erzurum şehri için bu gruba "kongre caddeleri" adıyla yeni bir grup eklenmesi gereği ortaya çıkmıştır. Bu durum Erzurum şehrinin Cumhuriyetin kuruluşunda önemli bir teşkil etmesiyle ilgilidir. (Tablo 1, 2). Erzurum şehrinde Cumhuriyet caddeleri altı alt grup şeklinde toplam on sekiz cadde de kullanılmaktadır (Tablo 2). Cumhuriyetin önemli şahısları bu grupta ön plana çıkmaktadır. Özellikle Ulu Önder Atatürk'ün adı, Mustafa Kemal sıklıkla mevcut olduğu gibi, annesi ve silah arkadaşları da bu grupta yer almaktadır. Ancak Erzurum'da cumhuriyet caddelerinden biri olan ve "Cumhuriyet Caddesi" adıyla bilinen caddenin şehirde özel bir yeri ve hikâyesi bulunmaktadır.



**Fotoğraf 2:** Cumhuriyet Caddesi (2012)

Bilindiği gibi "kendi yaşadığımız şehri ya da herhangi bir şehri düşündüğümüzde, çoğunlukla o şehrin üzerinde güçlü bir etki yapmış bir [cadde] aklımıza gelir" (Connerton, 2012: 34). Erzurum şehrinde bu anlamda ilk akla gelen cadde Cumhuriyet Caddesi'dir. Şehirdeki bu cadde İstanbul'un İstiklal Caddesi gibidir. Öyle ki bu cadde şehirde, önemli tarihi eserlerinin (Yakutiye Medresesi, Lalapaşa Camı, Ulu Cami, Çifte Minareli Medrese, Kale) üzerinde bulunduğu, periyodik olmayan ticaretin yapıldığı, Erzurum halkının vakit geçirme ve keyif yürüyüşü yaptığı, şehri gözlemlediği, odak noktası konumdadır. Günümüzde cadde Tebriz Kapı ile Havuz başı arasında uzanmaktadır. Aslında Cumhuriyet Caddesi, Cumhuriyet öncesinde, Kışlaönü ve Sarayönü Caddelerinin 1920 yılından itibaren yeniden düzenlenmesiyle oluşturulmuştur. 1924 tarihinde ise Erzurum'da büyük bir deprem olmuş, Atatürk ve yanındakiler Karadeniz gezisini yarıda bırakarak 30 Eylül 1924 tarihinde Erzurum'a gelmişlerdir. Erzurum hükümet konağı önüne gelen Mustafa Kemal Paşa'ya Belediye Başkanı Nafiz Bey'in yeni açılacak caddeye Erzurumluların "Gazi

Mustafa Kemal" adını vermek istediklerini söylemesi üzerine, O, "Ben faniyim ama Cumhuriyetimiz ebediyen yaşayacaktır. Caddeye Cumhuriyet adının verilmesi daha uygundur" demiştir" (Ortak, 2002: 196). Böylece bugün şehirde "Cumhuriyet Caddesi" adıyla bilinen caddenin ismi konulmuştur.

Cumhuriyet caddelerinin Erzurum şehri açısından daha çok çeşitlilik arz etmesi, Erzurum şehrinin Cumhuriyetin temellerinin atılmasında önemli bir rol oynayıyla ilgilidir. Nitekim, Erzurum şehri Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundaki bu rolü, şehirde kongre caddeleri isimleriyle varlık bulmuştur. Öyle ki Erzurum, aynı adı taşıyan kongresiyle Kurtuluş Savaşı sürecinin başlaması ve başarılı olmasında öncülük eden bir şehirdir. Erzurum şehrinin Cumhuriyetin kuruluşundaki bu konumunu Sezgin (2011: 35), "Erzurum, yok olma tehlikesine düşen milletimizin yeniden hayat sahnesine çıkışında müstesna bir rol oynamıştır" şeklinde ifade etmiştir (Foto 3).



**Fotoğraf 3:** Kongre Caddesi'nden Bir Görünüm (2018)

**Tablo 2:** Erzurum'da Cumhuriyet Caddeleri

	Sayı	Başlıca caddeler
<b>Cumhuriyet caddeleri</b>	4	Cumhuriyet, 50.yıl, 70. yıl, 100. yıl,
<b>Cumhuriyetin önemli şahısları</b>	5	Kazım Karabekir, Mareşal Fevzi Çakmak, Atatürk B, Zübeyde Hanım, Mustafa Kemal
<b>Zafer caddeleri</b>	2	Sakarya, Aziziye
<b>Kurtuluş günü caddeleri</b>	1	12 Mart
<b>Kavramsal cumhuriyet caddeleri</b>	3	İstiklal, Milli Egemenlik, Vatan
<b>Kongre</b>	3	24 Temmuz, Kongre, Alyanak Bey
<b>Toplam</b>	18	

Türkiye geneli gibi Erzurum şehrinde de cadde adlandırmalarında şehit isimleri önemli bir yer tutmaktadır. Şehitlik caddeleri vatan sevgisi üzerine kuruludur. Türk kültüründe vatan en kutsal varlıktır. Bu varlık, öglen bir var-

lıktır ki onun için ölüm bile göze alınır. Şehitler, ölümü göze alanlardır. Bu anlamda şehit isimleri şehirsiz mekânlara verilerek ölümsüzleştirilmektedir. Erzurum'da bu şekilde isimlendirilmiş 15 adet cadde bulunmaktadır (Tablo 3). Bunlardan Ali Ravi Caddesi, geçmiş en eski olan olmalıdır. Osmanlı ordusunda yedek subay olan Ali Ravi, Rus askeri birliğine karşı geldiğinden 16 Şubat 1916'da şehit edilmiştir. Bu şekilde isimlendirilen başka bir cadde Cengiz Topel Caddesi'dir. Türkiye'nin birçok şehrinde olduğu gibi Erzurum şehrinde de Kıbrıs Barış Harekati'nda şehit olan Cengiz Topel'in isminin verildiği cadde bulunmaktadır. Şehirde diğer bir şehit caddesi ismi ise faili meçhul bir suikast eylemi sonucu şehit olan Org. Eşref Bitlis'tir. Bunlarla birlikte Türkiye'de özellikle 1980 sonrası ayrılıkçı terör hareketi nedeniyle de yurt çapında çok sayıda şehit verilmiştir. Bu şehit isimleri Türkiye'nin birçok şehri gibi Erzurum caddelerinde de yaşatılmaktadır. Ayrıca 15 Temmuz 2016 kalkışmasında şehit olanların isimlerinin mekâna yansıtılması Erzurum şehrinde de görülmektedir. Nitekim Çat karayolunu Yenişehir'e bağlayan yol 15 Temmuz Şehitler Caddesi olarak adlandırılmıştır.

Erzurum şehrinde cadde isimlerinin bir bölümünü ise dostluk, kardeşlik caddeleri oluşturmaktadır. Şehirde bu sınıflandırma gurubunda yer alan cadde sayısı yedidir (Tablo 3). Dostluk kardeşlik caddeleri uzak yerlere, özellikle geçmişte Osmanlı yönetiminde olup da bugün sınırlarımız dışında kalan alanlara duyulan özlemin sonucudur. Bununla birlikte genelde Türkiye ile aynı kültüre mensup ülkelerdeki önemli kişilerin isimleri de şehrin cadde isimlerinde yer bulduğu görülmektedir. Nitekim şehirde bulunan İzzet Begoviç ve Cahar Dudayev Caddeleri bu kültürel yakınlık duygusunun mekândaki yansımaya örnek oluşturmaktadır.

Şehirde Eski yurt (Orta Asya) özlemi ifade eden cadde isimleri de bulunmakta olup bu grupta yer alan cadde sayısı dört olarak tespit edilmiştir (Tablo 3). Bu caddelerin isimleri ya eski anayurdu ya da bu alanlardaki önemli liderleri anlatmaktadır. Bu özellik milliyetçi bakış açısını taşımaktadır. Eski yurt özlemi cadde isimleri Türkiye şehirlerinde yaygın olmasa da özellikle Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)'nin yerel yönetimlerinin bulunduğu alanlarda yoğunlaşmıştır. Bu durum Erzurum şehrinde de ortaya çıkmıştır. Nitekim Erzurum şehri 1999-2004 döneminde MHP'li bir başkan tarafından yönetilmiştir (Tablo 4). Böylece Aliağaoğlu ve Uzun (2011) cadde-bulvar sınıflandırmasına Erzurum şehri açısından, eski yurt özlemi caddeleri adıyla ikinci bir ekleme yapılması gereği ortaya çıkmıştır.



**Tablo 3:** Erzurum'da Şehitler, Dostluk-kardeşlik ve Eski yurt Özlemi Caddeleri

	Sayı	Başlıca caddeler
Şehitler caddeleri	15	Ali Ravi, Cengiz Topel, Org. Eşref Bitlis, Ş. Kom. Üsteğmen E. Karadağ, Ş. Pilot R. Coşkun, A.Çelik, M. Solak, E. Pişkin, T. Yurdagül, T. Doğru, L. Yatin, Ö. Budak, F. Söğütler, R. Bağcı, 15 Temmuz Şehitler
Dostluk-kardeşlik caddeleri	7	İzzet Begoviç, Cahar Dudayev, Kosova, Saray Bosna, Kıbrıs, Libya, Azerbeycan
Eski yurt özlemi caddeleri	4	Ergenekon, Ahmet Yesevi, İsa Yusuf Alptekin, Semerkant
<b>Toplam</b>	<b>26</b>	

**Tablo 4:** Erzurum Şehrinde Görev Yapan Belediye Başkanları

Belediye Başkanları	Dönem	Partisi
Edip Somunoğlu	1955-1960	Adalet Partisi
Hilmi Nalbantoğlu	1964-1968	CHP
Selahattin Ozan	1968-1973	Adalet Partisi
Orhan Şerifsoy	1973-1977	CHP
Nihat Kitapçı	1977-1984	Adalet P-Askeri dönem
Necati Güllülü	1984-1989	ANAP
M. Ali Ünal	1989-1994	Doğru Yol Partisi
Ersan Gemalmaz	1994-1999	Fazilet
Mahmut Uykusuz	1999-2004	MHP
Ahmet Küçükler	2004-2014	AKP
Mehmet Sekmen	2014-	AKP

Erzurum şehrinde sayısal veya matematik cadde isimleri başka bir grubu oluşturmaktadır. Ancak şehirde sayısal ve matematik cadde isimleri yok denecek kadar azdır. Bunlar şehirde ya sıklık (1. Tugay kent, 2. Tugay Kent) ya da numaralı (1. Cadde, 2. Cadde, H. Avni Ulaş M.) caddeleri şeklinde bulunmaktadır.

Şehirlere hodonimi açısından bakıldığında şahıs adları genelde yaygınlık göstermektedir. Erzurum şehrinde de cadde adlandırmasında 52 cadde adıyla en büyük grubun şahıs adlarından oluştuğu tespit edilmiştir. Şüphesiz bunun en temel nedeni her şeyden önce şehirlerin beşeri yapılar olmasıdır. Öyle ki şehirler binlerce insan, binlerce hatıra, binlerce yıllık şehir havasına nüfuz etmiş yaşamışlıkları ifade eder. Ancak bazı şehirlerde belli kişiler o şehirlerin ya kuruluşunda, fethinde, planında ya da o şehirlerde yaşayanların idari veya sosyo ekonomik ve kültürel hayatlarında derin izler bıraktığından, belli şehirler belli kişileri hatırlatır. Bu anlamda kişilerin de şehirleri vardır. Örneğin Türk ve İslam kültüründe İstanbul, Fatih'in, Konya Mevlana'nın Ankara, Mustafa Kemal Atatürk'ündür. Erzurum şehrinde de bu anlamda Nene Hatun'un, Alvarlı Lütfi Efendi'nin, İbrahim Hakkı Hazretleri gibi çok sayıda tanınan kişilerin

isimleri, cadde adlarında yer almaktadır. Bununla birlikte Erzurum'da çok sayıda paşa yaşamıştır. Bu durum Erzurum'un Osmanlı yönetiminde beylerbeyi ve vilayet merkezi olmasıyla ilgilidir. Şehirde evliyalar, tarikat büyükleri gibi inanç kimliği taşıyan büyükler de çoktur. Ethem Baba, Habip Baba, Hacı Mevlüt Baba, Alvarlı Muhammed Lütü Efendi ve Ebu İshak bunlardan birkaçıdır. Tüm bunların isimleri günümüzde Erzurum'un Cadde adlarında yaşatılmaktadır (Tablo 5).

**Tablo 5:** Erzurum'da Şahıs Caddeleri

	Sayı	Yerel	Ulusal
<b>Şahıs caddeleri</b>	30+22 (52)	Halit Paşa, İzzet Paşa, Mahmut Paşa, Rüştü Paşa, Ayaz Paşa, Ethem Baba, Habip Baba, Hacı Mevlüt Baba, EmirŞeyh, Ebu İshak, Abdullah Hoca, Alvarlı Muhammed Lütü Efendi, Vani Efendi, Şekip Efendi, Nazif Bey, AşıkSümmani, İbrahim Polat, Taşçı Salih, Güllülü, Şerif Efendi, Korkut, Semih Kobal, Org. Demircioğlu, Deli Ömer, Haşıl Efendi, Orhan Şerifsoy, Lütü Yalım, Salim Altuğ, Şevket Arı, Atalay, Cemil Kerimoğlu, Somunoğlu	Refik Saydam, Evliya Çelebi, İbrahim Hakkı, Yunus Emre, Aşık Veysel, Ömer Nasuhi Bilmen, Menderes, Gazi Ahmet Muhtar Paşa, Nene Hatun, N. Fazıl Kısakürek, Aşık Emrah, Ertuğrul Gazi, Osman Gazi, Orhan Gazi, Sultan Murat, Mevlana, Yavuz Sultan Selim, Mimar Sinan, Sultan Alpaslan Fatih, Yavuz, İhsan Doğramacı.

Erzurum şehri bulunduğu konum gereği yakın çevresinin tarihinin şekillenmesine önemli rol oynamıştır. Öyle ki Yavuz Sultan Selim Çaldıran seferine giderken, Kanuni Sultan Süleyman İrakeyn seferine çıkarken ve Nahcivan seferinden dönerken yirmi yıl arayla Erzurum'a iki kez gelmiştir. Bir başka Osmanlı hükümdarı Sultan IV. Murad, Revan seferine giderken Erzurum'da dinlenmiş, birçok Osmanlı padişahı da bu şehirde yaşamıştır (Canım, 2011). Erzurum'da Osmanlı padişahlarına, Osmanlıya duyulan özlem ve saygı bir çok cadde adında padişah adlarının yaşatılmasına neden olmuştur. Ertuğrul Gazi, Osman Gazi, Orhan Gazi, Yavuz Sultan Selim bunlardan birkaçıdır. Bunların dışında Osmanlı ve yakın dönem şair, yazar ve düşünürleri de caddelerde anılmaktadır. Evliya Çelebi, Şair Nefi, Yunus Emre, Aşık Emrah, Mevlana, Aşık Veysel gibi ulusal çapta bilinen kişiler de cadde adı olarak kullanılmıştır (Şekil 2).

Erzurum şehrinin cadde isimlerindeki kişi adlarının devamlı sabit kalmadığı da tespit edilmiştir. Örnek olarak Cemal Gürsel adı değiştirilmiş, yerine Ömer Nasuhi Bilmen adı konulmuştur. Bu durum hiç kuşkusuz siyasi iktidarın mekânı kontrol etme arzusuyla ilgilidir.



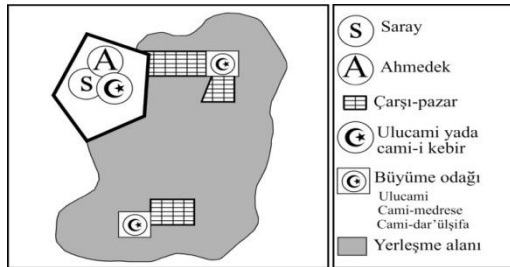


Erzurum şehrinin günümüzdeki fosil caddeleri, şehrin Selçuklu, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerinde şekillenmiş ve isimlendirilmiş parçalarından oluşmaktadır. Bunlardan ilki Selçuklu döneminden gelen şehir kapılarıdır. Selçuklu Erzurum'u "eklemeli kale kent modeli" ile ifade edilmektedir. Yani şehrin surları vardır ve şehir surlar dışında da gelişmiştir. Bu anlamda Erzurum yedi kapılı şehir olarak da bilinir. Bunları; Gürcü kapı, Kars kapı, Erzincan kapı, Tebriz kapı, Yeni kapı, İstanbul kapı ve Harput kapı şeklinde sıralamak mümkündür (Şekil 3, Şekil 4). Bu özellik günümüzde cadde adlarında yansıtılmıştır.

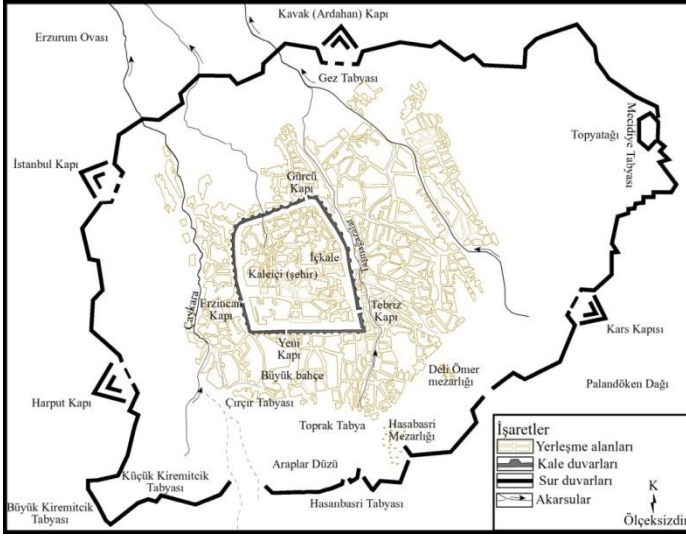
**Tablo 6:** Erzurum'da Yer-yön Belirten Caddeler

	Sayı	Caddeler
<b>Yer-yön belirten caddeler</b>		
<b>Nirengi noktaları</b>	11	Kümbet, Kale, Köşk, Kümbet, Cennet Çeşme, Çifte Minare, Su deposu, Atatürk Lisesi, Kümbet, Trafik Şubesi Arkası, Çaykur,
<b>Yeni arazi kullanılışı</b>	10	, Nazik Çarşı, Demirciler, Taş Mağazalar, Üniversite, Hastane, Hal, Terminal, Kombine, Endüstri; Mumcu
<b>Fosil yollar</b>	21	Erzincan kapı, Gürcü kapı, Tebriz kapı, İstanbul kapı, Yeni kapı, Kavak kapı, Harput kapı, Kevelciler, Kavaflar, Tahtacılar Çat yolu, Tortum yolu, Çevre yolu, Dadaş köy yolu, Yarımca yolu, E80 Karayolu, Şih Köyü yolu, Fatih Sultan Mehmet Bulvarı, Fuar yolu, Deli Ömer, Arap Düzlüğü
<b>Toplam</b>	42	

**Şekil 3:** Eklemeli Kale Kent Modeli (Özcan, 2007: 12)



**Şekil 4:** Osmanlı Dönemi Erzurum Şehri (Küçükuğurlu ve Tüfekçi'den sadeleştirilerek, 2018).



Erzurum şehrinin geçmişinde Selçuklu dokusunun yanında Osmanlı dönemi şehir karakteri de yaygın olarak görülür. Bu anlamda Osmanlı şehrinde görülen çarşı ve pazar düzenine Erzurum'da da rastlanmaktadır. Şehrin Osmanlı'dan kalan bu dokusu, fosil caddelerin görüldüğü diğer bir alandır. Şehirde, Rüstem Paşa kervansarayının bedesten olduğu ifade edilmektedir. Rüstem paşa kervansarayı bir bedestenin mimari özelliklerini taşımasa da şehirdeki çarşıların düzeninde etkili olmuştur. Aynı şekilde şehirde bulunan hanların da bu düzende etkili olduğu göz ardı edilmemelidir. Kale altında başlayan çarşılar, Rüstem Paşa kervansarayı ile Gürcü kapı Mahallesi'nde de yoğunlaşmıştır. Tabakhane, bozahane ve kasaphane ise Tebriz kapı, Gürcü kapı varoşlarındaki akarsuyun yanında yer almışlardır (Pamuk, 2006: 258).

Bilindiği gibi Osmanlı çarşı düzeni bir takım özellikleriyle ortaya çıkar. Cami, bedesten ve imaret klasik dönem Osmanlı şehir plânına hâkim unsurlardır. Şehre yönelen yollar bu alanda sonuçlanır ve aralarında düzenli bir bağlantı vardır. Bu odak noktaları arasındaki yerler, ekonomik etkinliklere sahne olan çarşı ve pazar yerleri ile doldurulmuştur. Şehrin asıl merkezini bedesten oluşturmaktadır. Etrafında ise hanlar bulunmaktadır. Hanlar sadece geceleme ihtiyacını karşılayan yerler değil, aynı zamanda ticarî işlevi de olan yapılardır. Çoğunlukla şehrin büyük cami ya da camilerinden bazısı da merkezde yer almıştır. Bu merkezden diğer odak noktalarına doğru bir yayılma göze çarpar. Yayılmanın eksenini de bedestenden başlayan ve "uzun çarşı" denilen geniş caddeler oluşturur. Uzun çarşı şehirde üretilen her türlü mal ve hizmet erbabının bulun-

duğu kesimdir. Uzun çarşıya açılan sokaklarda her biri ayrı iş kolunda hizmet sunan esnaf örgütleri yer alır. Esnaf çarşılarının şehir plânındaki yerini camiye göre değil, bedestene göre açıklamak ihtiyacı vardır (Ergenç, 1996). Bedesten 16. yüzyılda, kalenin dışında, Taht el kale denilen alanda, yerleşik ticaretin gelişmesiyle ortaya çıktı ve şehir yeni bir merkez kazanmış oldu (Tekeli, 2011).

Osmanlı çarşı düzeninde uzmanlaşmış çarşılar vardır. Tanpınar (1979: 178) Erzurum'da otuz iki zanaattan bahsetmektedir. Fakat bu zanaatların çoğu değişen yaşam koşulları nedeniyle günümüzde yok olmuştur. Şehirde günümüzde bunlardan tahtacılar, kavaflar, kevelciler gibi birkaçı fosil cadde ismi olarak varlığını korumaktadır.

Şehirde Cumhuriyet dönemine ait fosil caddeler ise şehrin yatay yönde büyümesi sonucunda ortaya çıkmışlardır. Şehre komşu ilçe veya köylerden yönelen yollar, şehrin gelişmesiyle şehir içinde kalmakta ve fosil yollar oluşmaktadır. Erzurum'da çevre yolunun fosilleşmesi durumu da bulunmaktadır. Çevre yolu Fatih Sultan Mehmet Bulvarı (Şekil 5, Foto 4) adıyla anılmaktadır. Çat Yolu, Tortum Yolu ve Dadaş Köy Yolu başka örneklerdir. Şehrin çevresindeki kırsal alanlara yatay yönden büyümesi sonucu yine benzer şekilde geçmişte bu kırsal alanlara verilen isimlerinden bazıları günümüzde cadde isimlerinde varlık göstermektedir. Deli Ömer ve Araplar düzü caddeleri bunlar arasındadır. Şehrin yatay yönde gelişmesinin temel nedeni ise nüfus artışıdır. Erzurum il genelinde nüfus kaybederken, Erzurum şehri kendi ilçelerinden nüfus çekmektedir. Erzurum şehri nüfusunun il nüfusu içindeki payı 1927 yılında %11,3 iken 1950 de %11,5, 1975 yılında %21,8, 2000 yılında 38,5, 2014 yılı verilerine göre %52,3'e yükselmiştir (Altaş, 2015).

Erzurum'da şehrin yeni arazi kullanımı ile ilgili caddeler de çoktur. Bunları; Hal, Kombine, Terminal, Demirciler, Ağır bakım, Hastane, Üniversite şeklinde sıralamak mümkündür. Bazı caddeler de yön yer belirtmektedirler. Bunları nirengi noktası olarak ifade etmek mümkündür. Köşk, Cennet Çeşme, Çifte Minareli Medrese, Su deposu, Kümbet, Atatürk Lisesi, Hükümet meydanı, nirengi noktası olmak ve yer belirtmek bakımından önemlidirler.

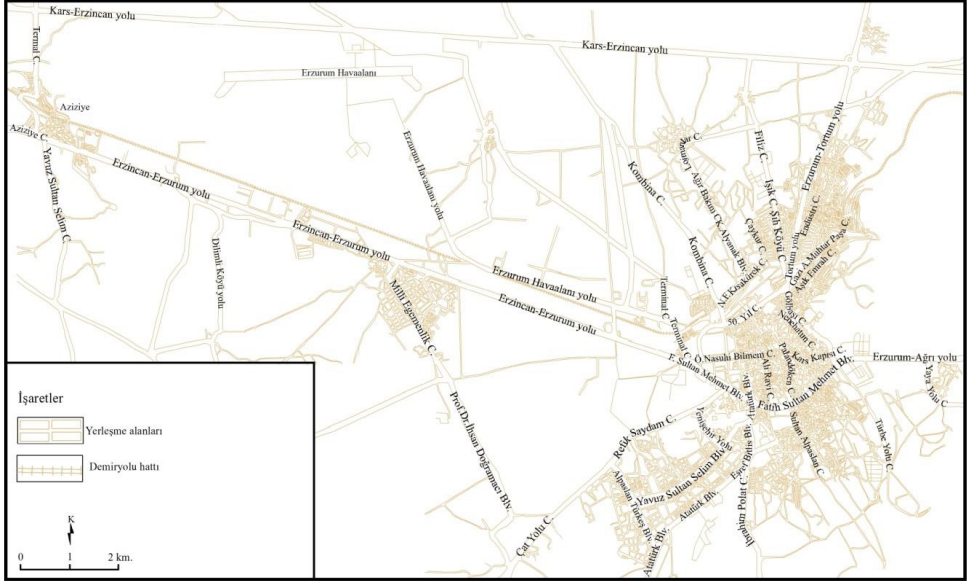


Fotoğraf 4: Fatih Sultan Mehmet Bulvarı (sağda) (2016)

Şekil 5: Erzurum Şehrinin Kuruluş ve Gelişimi





**Şekil 6: Erzurum’da Bazı Caddeler, Genel Görünüm**

Şehirde diğer caddeler, farklı doğal özellikleri niteleyebileceği gibi büyük bir etkinliği de anlatabilmektedir (Tablo 7). Bazı cadde adları ise şehrin tarihi arka planıyla ilgili olmayan, kültürel görünümünde anlam ifade etmeyen adlarıdır. Doğal özellikler dağ ile ilgili olabileceği gibi akarsu veya dere ile de ifade edilmektedir. Bu konuda Palandöken, Topdağı, Dere, Çaykara caddeleri başlıca örneklerdir. Dere ve Çaykara caddeleri Çaykara Deresi'nin kalıntılarıdır (Şekil4) Erzurum şehrinde diğer caddeler içerisinde oluşturulan alt gruplardan birisi "büyük düzenleme caddeleridir". Bilindiği gibi şehrin 2011 yılında üniversite kış olimpiyat oyunlarına ev sahipliği yapmasının anısına olimpiyat caddesi ismi konulmuştur. Bu anlamda Aliğaçoğlu ve Uzun (2011)'un cadde-bulvar sınıflandırmasına Erzurum şehri açısından, büyük düzenleme caddeleri (kış olimpiyatları) adıyla üçüncü bir ekleme yapılması gereği ortaya çıkmıştır (Şekil 4). Olimpiyat adı şehrin, 2011 Üniversite Kış Olimpiyat Oyunları'na ev sahipliği yapmasının anısına konulmuştur. Bu anlamda Aliğaçoğlu ve Uzun (2011) cadde-bulvar sınıflandırmasına Erzurum şehri açısından, büyük düzenleme caddeleri (kış olimpiyatları) adıyla üçüncü bir ekleme yapılması gereği ortaya çıkmıştır (Şekil 4).

**Tablo 7:** Erzurum'da Diğer Caddeler

	Sayı	Caddeler
<b>Doğal özellikli Caddeler</b>	7	Palandöken, Topdağı, Dere, Çaykara, Dere Kenarı, Hacı Cuma Dere,
<b>Büyük düzenleme caddeleri</b>	1	Olimpiyat
<b>Diğer</b>	20	Gölbaşı, Gül Ahmet, Çınar, Beşiktaş, Yüzbaşı, Aydemir, Bilkent, Deniz Feneri, Ayyıldız, Sancak, Meşrutiyet, Özden, Gençlik, Gürcan, Samsun, Maksat, Korkut, Yeni Mahalle, Işık, Filiz, Yeşil Hark, Musalla
<b>Toplam</b>	28	

## SONUÇ

Yerler insanların mekânla etkileşimi sonucu ortaya çıkarlar. Geçmiş ve bugün arasında bağlantı kuran cadde adları ortak yaşanmışlığın ve kültürün ürünü olan miras yerlerdir. Kent kültürünün bir parçası olan cadde adlarının bilinmesi, yerlerin anlamlı okunmasına ve kent kimliğinin sürekliliğine yardımcı olacaktır. Aynı amaçla bu çalışmada Erzurum şehrinin cadde, bulvar ve yol adları toponimik olarak ele alınmaktadır.

Çalışmada 166 cadde ve bulvar ele alınmıştır. Genel olarak bakıldığında cadde adlarında doğal özelliklerden çok beşeri özelliklerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu durum hiç kuşkusuz şehirlerin doğadan uzak, insan yapısı yerleşmeler olmasından kaynaklanmaktadır. Şehirde siyasi olmayan nedenler de adlandırmayı etkilemektedir. Bunlar, şehirsel arazi kullanımı, tarihi ve doğal miras, güvenlik şartlarındaki olumsuz değişim, şehirsel büyüme gibi nedenlerdir. Şehirsel yer adlarının birkaç ekleme dışında Aliagaoglu ve Uzun (2011) sınıflandırmasına uygun olduğu görülmektedir. Bu eklemeler kongre caddeleri, eski yurt özlemi ve büyük düzenleme (kış olimpiyatları) caddeleri şeklindedir. Bununla birlikte Erzurum şehrinin uzun tarihi geçmişi nedeniyle fosil caddelerin çeşitlilik gösterdiği de ortaya çıkmıştır.

Erzurum şehirdeki cadde isimlerinde en fazla şahıs isimleri kullanılmaktadır. Bu şahıs isimleri içinde yerel olarak daha çok dini simalar ön plana çıkmaktadır. Ulusal olarak da Osmanlı padişah adları sıkça kullanılmaktadır. Bu durum Erzurum şehrinin muhafazakâr kültürünün yanında şehrin yerel yönetimlerinde bulunan milliyetçi, muhafazakâr partilerin etkili olmasıyla da ilgilidir. Şehirde yer-yön bildiren caddeler ikinci önemli grubu oluşturmaktadır. Şehrin eklemeli kale kent olması sur kapılarının ad olarak kullanılmasına neden olmuştur. Diğer cadde adları sıklık açısından üçüncü öneme sahip grubu oluşturur. Bu grupta bilinmeyenler çoğunlukta olsa da doğal özelliklerden kaynaklanan cadde adları ve büyük düzenleme caddeleri alt başlık olarak kullanılmıştır. Erzurum'da 2011 Üniversite Kış Olimpiyatlarının yapılmış olma-



sı cadde adlarına yansımıştır. Ancak bilinmeyenler içinde Samsun ve Beşiktaş caddelerinin varlığı dikkat çekicidir. Çünkü bu isimler Erzurum şehrinin kültürüne ve yaşanmışlıklarına yabancıdır. Diğer bir çok şehirde olduğu gibi Erzurum şehrinde de cumhuriyet caddelerinin yaygın olması, Türkiye Cumhuriyeti'nin "Ulus-Devletin Topraksallaşması ve Kentleşmesi" (Şengül, 2009, 110)'nin bir sonucudur. Nitekim Bu yönüyle bakıldığında aynı yapıdaki cadde isimlendirmelerinin diğer şehir çalışmalarında (Baysan ve Kara 2014, Çoban 2013) da var olması şaşırtıcı değildir. Bu gruba "kongre caddeleri" eklemesi yapılmıştır. Bu durum Erzurum şehrinin Kurtuluş Savaşı sürecinde önemini göstermektedir. Şehirdeki şehit caddeleri tüm yurttan, vatan, birlik ve bütünlük ruhu ve benzeri nedenlerle ortaya çıkmıştır. Dostluk-kardeşlik caddeleri ve bu cadde grubuna dahil edilebilecek "Eski yurt özlemi" caddeleri milliyetçi ideolojik bir renge sahiptir. Bu özellik solun günümüze yakın dönemlerde şehirde zayıf olması veya şehrin bütünüyle milliyetçi, muhafazakâr olması nedeniyle, Erdentuğ ve Burçak (1998), Özkan ve Yoloğlu (2005), Günal (2012) ve Çoban (2016)'ın çalışmalarında belirtildiği gibi mekânda belirgin siyasi çatışmaya neden olmamaktadır. Ancak son zamanlarda çok sayıda olmasa da yapılan bazı değişiklikler AKP etkisi olarak kabul edilebilir.

Kuşkusuz yukarıdaki açıklamalar cadde, bulvar ve yol adları için yapılmıştır. Çalışma numaralandırma öncesi sokaklar için de yapılabilir. Ancak Türkiye sokakları için belirlenmiş bir sınıflandırma yapılmış değildir. Ayrıca çalışmada cadde kökenleri kısmen açıklanmıştır. Caddelerin tarihi kökenine inmek ancak Belediye Meclisi arşivlerine girmekle mümkün olabilir. Bu konu farklı bir çalışma ile ortaya konulmalıdır.

## KAYNAKÇA

- Alderman, D. H. (2000). "New memorial landscapes in the American South", *Professional Geographer*, 52(4), 658–660.
- Alderman, D. H (2003). "Street names and the scaling of memory: The politics of commemorating Martin Luther King, Jr. within the African American Community," *Area*, 35 (2), s. 163-173.
- Aliağaoğlu, A., Uzun, A. (2011) "Şehirsel toponimi (hodonimi): Türkiye için bir tipoloji denemesi", *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 9(2): 123-133.
- Aliağaoğlu, A. (2013). "Şehirsel Toponimi: Balıkesir İlinde Mahalle Adları, Bir Sınıflandırma Denemesi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Vol. 16, No. 29, s. 45-62.
- Aliağaoğlu, A. ve Yiğit, Y. (2013). "Balıkesir'de şehirsel toponimi: Cadde adları", *Doğu Coğrafya Dergisi*, 18-30, Çizgi Kitabevi: Konya.
- Altaş, N.T. (2015). *Coğrafi Çevre Unsurlarıyla Şehirleşme Etkileşimi Bakımından Erzurum Şehri*, Ankara: Pegem Akademi.
- Assmann, J. (2001). *Kültürel Bellek, Eski Yüksek Kültürlerde Hatırlama ve Politik Kimlik*, İstanbul: Ayrıntı.
- Ayataç, H. ve Araz, S. (2015). Cadde ve Sokak Adlandırılmalarının (Kentsel Toponimi) Kentsel Kimlik Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi; Ayvalık Ve Cunda Örneği, İstanbul, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Azaryahu, M. (1986). "Street names and political identity: The case of East Berlin", *Journal of Contemporary History*, 21, 581–604.
- Azaryahu, M., Kook, R. (2002). "Mapping the nation: street names and Arab-Palestinian identity: three case studies", *Nations and Nationalism*, 8 (2), 195–213.
- Azaryahu, M. (2009). "Naming The past: The Significance of Commemorative Street Names, İçinde Lawrence D. Berg, Jani Vuolteenaho (Editör), *Critical Toponymies, The Contested Politics of Place Naming* ,s.53-70, Burlington, USA: Ashgate Publishing Company.
- Azaryahu, M. (2011). "The Critical Turn and Beyond: The Case of Commemorative Street Naming", *ACME: An International E-Journal for Critical Geographies*, 10(1):28-33.

- Başarı, S. B. (2017). Yeni Kentsel Konteynırlar, İstanbul'un Değişen Toponimisi, *Mimari Tasarım ve Eleştiri*, İTÜ Mimarlık Fakültesi, Mimari Tasarım Yüksek Lisans Programı.
- Baysan, S., Kara, A. (2014). "Aydın'da Mahalle, Bulvar, Cadde ve Sokak Adları: Şehirsiz Toponimik Özellikler", *Coğrafi Bilimler Dergisi*, Cilt 12 (1), s. 23-48.
- Bilgin, N. (2013). *Tarih ve Kolektif Bellek*, İstanbul: Bağlam.
- Canatan, K. (2017). "Sokak ve İdeoloji: Türkiye'de Resmi İdeolojinin Sokak, Cadde, Bulvar ve Meydanlara Yansımaları", *Çekmece İZU Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 5, Sayı 10-11, s. 1-24. Canım, R. (2011). *Tarihin Nabzını Tutan Şehir Erzurum*, Ankara: Türkiye Yazarlar Birliği Vakfı.
- Cohen, S., B, Kliot, N. (1992). "Place-Names in Israel's Ideological Struggle over the Administered Territories", *Annals of the Association of American Geographers*, Vol. 82, No. 4, s. 653-680.
- Connerton, P. (2012). *Modernite Nasıl Unutturur*, İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Çakı, F. (2017). "Aidiyet Mekanı Olarak Sokaklar: Balıkesir Örnek Olayı Çerçevesinde Bir Tipoloji Önerisi", *Çekmece İZU Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 5, Sayı 10-11, s. 25-54.
- Çelik, Z.; Favro, D., Ingersoll, R. (Editörler) (2007). *Şehirler ve Sokaklar*, İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Çoban M. (2013). "Toplumsal Hafıza ve Siyasal Dönüşümler Bağlamında Mekan İsimlerinin Önemi: Türkiye Örneği", *VII. Ulusal Sosyoloji Kongresi, Bildiri Kitabı III*, s 667-675.
- Doğanay, H. ( 2014 ). *Türkiye Beşeri Coğrafyası*, Pegem Akademi.
- Duncan, J.S. (1990). "The City as a Text: The Politics of Landscape Interpretation in the Kandyan Kingdom", Cambridge: Cambridge University Pres.
- Ergenç, Ö. (1996). "Osmanlı Şehrinde Esnaf Örgütlerinin Fiziki Yapıya Etkileri", *İslam Geleneğinden Günümüze Şehir ve Yerel Yönetimler 2*, s. 407-413, İstanbul: İlke Yayınları.
- Erdentuğ, A., Burçak, B. (1998). "Political Tuning in Ankara, a Capital, as Reflected in its Urban Symbols and Images", *International Journal of Urban and Regional Research*, C. 22, S. 4, s. 589-601.
- Erzurum Büyükşehir Belediyesi Fotoğraf Arşivi, Erzurum.  
erzurumportali.com
- Gill, G. (2005). "Changing symbols: The renovation of Moscow place names", *The Russian Review*, (64): 480-503.

- Gülbetekin, M. (2018). *Mekanın Hafızası Yer Adları*, Ankara: Hitabevi Yayınları.
- Günel, V. (2012). "Batman'da cadde adlandırılmaları: toplumsal bellek oluşturma ve şehirsel mekâna hâkim olma çabaları", *Marmara Coğrafya Dergisi*, 25: 171-197.
- Günel, V., Şahinalp, M.S. ve Güzel, A. (2011). "Coğrafi ortamın şehirsel mekan adlarına etkisi: Şanlıurfa şehri örneği", *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1): 463-508.
- Halbwachs, M. (2017) *Kolektif Hafıza*, Ankara: Heretik.
- Hall, T. (2001). *Urban Geography* (2nd edition), London: Routledge.
- İller Bankası, *Erzurum Analitik Etütleri*.
- Karaboran, H. (1984). "Türkiye'de Mevki Adları Üzerine Bir Araştırma", *Türk Yer Adları Sempozyum Bildirileri*, 11-13 Eylül 1984, Başbakanlık Basımevi: Ankara.
- Kara, B. (2012). "Kentler Açısından Mekanın Toplumsallığı ve Yer İsimlerinin Siyasal Yapıya Göre Değişimi: Niğde Örneği", *Journal of World of Turks* Vol. 4, No. 1, s. 149-163.
- Kayserili, A. (2015). "Erzurum Şehri'nde Yer Adları Üzerine Bir Deneme", *Coğrafyaya Adanmış Bir Ömür, Prof. Dr. Hayati Doğanay, İçinde Serhat Zaman ve Ogün Coşkun*, s. 653-668, Erzurum: Atatürk Üniversitesi yayınları No. 1056.
- Koca, N. ve Yazıcı, H. (2011). "Afyonkarahisar İlindeki İdari Yerleşmelerin Toponimik Sınıflandırılması", *Türk Coğrafya Dergisi*, 56: 1-10.
- Kooloos, R. (2010). *The story of street names in the Netherlands, A comparative analysis of themes used in street naming in Noord-Brabant and Holland, 1859-1939*, Master thesis History of Society Erasmus University Rotterdam.
- Küçükkuşurlu, M, Tüfekçi, M.T. (2018). *Kurtuluşunun 100. Yılında Fotoğraf ve Belgelerle Erzurum*, T.C. Erzurum Valiliği.
- Light, D.; Nicolea, I.; Suditu, B. (2002). "Toponymy and the communist city: Street names in Bucharest, 1948-1965", *GeoJournal*, 56, 135-144.
- Nas, P.J.M. (1993). "Jakarta, city full of symbols: An essay in symbolic ecology", *Urban Symbolism*, İçinde Peter J. M.Nas (Editör): 13-37, Brill, New York.
- Nora, P. (2006). *Hafıza Mekanları*, Ankara: Dost.
- Ortak, Ş. (2002). "1924 Erzurum Depremi ve Reis-i Cumhur Mustafa Kemal'in İkinci Erzurum Gezisi", *Atatürk Dergisi*, 3(2), s. 196.
- Özcan, K. (2007). "Anadolu'da Selçuklu dönemi yerleşme sistemi ve kent modelleri", *İTÜ Dergisi/İla, Mimarlık, Planlama, Tasarım*, Cilt 6, Sayı 1, s. 3-15.

- Özçelik, G. (2017). "Ödemiş İlçesinde mahalle, sokak, cadde, meydan ve bulvar adları, Şehirsel toponimik özellikler", *İzmir Araştırmaları Dergisi*, Sayı 5, s. 1-32.
- Özkan, M. ve Yoloğlu, A. C. (2005). "Bir Bellek Projesi Olarak Sokak İsimlendirmesi: Ankara Örneği", *Planlama*, S.34, s.54-62.
- Pamuk, B. (2006). *XVII. Yüzyılda Bir Serhad Şehri, Erzurum*, İstanbul: IQ Kültür, Sanat Yayıncılık.
- Palonen, E. (2008). The city-text in post-communist Budapest: street names, memorials, and the politics of commemoration", *GeoJournal*, V. 73, s. 219-230.
- Sezgin, F. (2011). "Neden Erzurum" *Tarihin Nabzını Tutan Şehir, Erzurum*, İçinde Rıdvan CANIM, s. 21-35.
- Savage, V. R.; Yeoh, B. S. A. (2004). *Toponymics A Study of Singapore Street Names (2 nd edition)*, Eastern University Pres., Singapore.
- Şengül, T. (2009). *Kentsel Çelişki ve Siyaset, Kapitalist Kentleşme Süreçlerinin Eleştirisi*, Ankara: İmge Kitabevi.
- Tanpınar, A.H. (1979). *Beş Şehir*, Dergah Yayınları, İstanbul.
- Tekeli, İ. (2011). *Anadolu'da Yerleşme Sistemi ve Yerleşme Tarihleri*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İlhan Tekeli Toplu Eserler-18.
- Tuan, Y. F. (2005). "Mekân ve Yer: Humanist Perspektif", *20. Yüzyılda Amerikan Coğrafyasının Gelişimi*, İçinde Yılmaz Arı (Editör): 119-134, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Tucker, E. L. (2008). "Renaming Capital Street: Competing Visions of the Past in Post-Communist Warsaw", *City & Society*, Vol. 10, Issue 1, s. 223-244.
- Tümertekin, E., Özgüç, N. (2017). *Beşeri Coğrafya, İnsan, Kültür, Mekan*, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Turan, S. Y. Ercoşkun, Ö. (2017). "Meydanlardaki İsim Değişikliğinin Kent Belleğine Etkisi: Ankara Örneği", *Süleyman Demirel Üniversitesi, Mimarlık Bilimleri ve Uygulama Dergisi*, 2(1), s. 55-68.
- Türkçe Bilim Terimleri Sözlüğü, Sosyal Bilimler. (2011) TÜBA, Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi.
- Yavuz, S., Şenel, M. (2013). "Yer adları (Toponim) Terimleri Sözlüğü", *Turkish Studies*, Vol. 8, s. 2239-2254.
- Yeoh, B S.A. (1992), "Street names in colonial Singapore", *Geographical Review*, 82 (3), s. 313-322.

# TERMİK SANTRAL PROJELERİNİN SOSYAL KABUL BOYUTU: PAŞAKÖY (BALIKESİR) TERMİK SANTRALİ ÖRNEĞİ

## Social Acceptance of Thermal Power Plant Projects: Paşaköy (Balıkesir) Thermal Power Plant

Gönderim Tarihi: 27.09.2018

Kabul Tarihi: 09.11.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.489087

Alper UZUN\*  
Ferhat ARSLAN\*\*

**ÖZ:** Herhangi bir bölgede yapılan veya planlanan bir enerji tesisinin maksimum kapasitede çalışabilmesi, onun teknolojik özelliklerinin yanında, yapıldığı bölgedeki yerel halkın kabul düzeyine de bağlıdır. Yerel halkın bulunduğu alanlarda yapılan tesislere yönelik bu kabul düzeyi literatürde *sosyal kabul* olarak tanımlanmaktadır. Sosyal kabul ile ilgili yapılan çalışmalarda temel amaç, toplumun yapılan yatırımlara yönelik sosyal kabul düzeylerini belirlemek ve halkın ilgili politikaların belirlenmesindeki sürece dâhil edilmesini sağlamaktır. Enerji ihtiyacını büyük oranda ithal ettiği kaynaklar ile karşılayan Türkiye, bu açıdan bakıldığında dışa bağımlı bir görünüm arz eder. Enerjide yurt dışına olan bağımlılığı azaltmak, enerji kaynaklarını çeşitlendirmek ve enerji üretiminde kendi öz kaynaklarını değerlendirebilmek amacıyla ülke çapında birçok enerji tesisi inşa edilmiş veya planlanmıştır. Planlanan ve yapımına başlanan bu tesislerden birisi de Balıkesir–Altteylül sınırları içerisinde bulunan Paşaköy Termik Santrali'dir. Bu çalışmanın temel amacı, Paşaköy Termik Santrali örneğinde; (i) yerel halkın termik santrallere yönelik sosyal kabul düzeylerini, (ii) yerel halkın termik santrallere yönelik algı ve tutumlarını etkileyen etmenleri ve (iii) termik santrallerin sosyal kabul düzeyinde mesafenin bozucu etkisinin varlığını belirlemektir. Çalışmada ayrıca çevre ile ilgili genel tutumları da incelemek için bir anket formu geliştirilmiştir. Çalışmada alan araştırması yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda, söz konusu termik santralin etki alanı içerisinde yakınlık düzeyine göre zonlar belirlenmiş ve bu zonlarda tesadüfi örnekleme yoluyla seçilen katılımcılara anket uygulanmıştır. Araştırma sonuçları bölge halkının çevresel tutumları ve termik santrale yönelik sosyal kabul düzeyleri açısından yorumlanmış ve değerlendirilmiştir. Araştırma, termik santrale olan mesafenin yerel halkın

\* Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi/ Fen-Edebiyat Fakültesi/Coğrafya Bölümü, auzun@balikesir.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-1304-1683.

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi/ Fen-Edebiyat Fakültesi/Coğrafya Bölümü, ferhat.arslan@cbu.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0001-9495-921X.

santrale olan tutum ve davranışlarında ve sosyal kabul düzeyinde belirleyici bir etkisi olduğunu göstermiştir. Termik santrale yakınlık arttıkça; santralin ekonomik ve çevresel açıdan olumsuz etkisi olacağı düşüncesi nedeniyle santrale olan sosyal kabul düzeyi azalmaktadır. Enerji santrali projelerinin kabul edilebilirliği ve sürdürülebilirliği açısından sosyal kabul kapsamında yerel halk mutlaka dikkate alınmalıdır. Proje hakkındaki bilgilendirme sınırlı olduğu durumlarda yöre halkı projeye karşı durmakta ve çevresinde yapılacak olandan habersiz olma hususunda kaygılanmaktadır. Yaşadığı bölgede yapılan faaliyetlere ve yatırımlara yerel halkın tepkisini ifade eden NIMBY davranışının olumsuz etkilerini ortadan kaldırmak adına bölge insanının proje sürecine dâhil edilmesi gerekmektedir. Projeden, sürece, projenin olası etkilerinden haberdar olan yerel halkın sosyal kabul düzeyinin pozitif yönde artacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Balıkesir, Termik Santral, Enerji, Sosyal Kabul, NIMBY.

**ABSTRACT:** The functioning of an energy plantation at maximum capacity in an area depends not only its technological features but also the level of acceptance by the local people in that area. This level of acceptance for the plantations in areas where the local people are living is defined as social acceptance within the literature. The main purpose of the studies on social acceptance is to determine the level of social acceptance of the society towards the investments and to include the local people in the political decision-making process. Turkey, which meets most of its energy needs with import sources, is seen as dependant on outer sources. To reduce the level of dependency on outer sources of energy, to diversify the sources of energy and be able to make use of its own energy sources, many energy plantations have been constructed throughout the country or planned. One of these planned plantations which is also under construction now is in Balıkesir – within the borders of Altıeylül province; Paşaköy Thermal Power Plant.

The main aim of this study is to determine (i) the level of social acceptance of the local people, (ii) the factors affecting the perception and attitudes of local people towards thermal power plants, (iii) the effect of distance decay effect factor on the social acceptance level of thermal power plants, in Paşaköy Thermal Power Plant. Also, a survey form was developed to analyse the general attitudes towards the environment.

Field research method has been used in this work. In this regard, the zones were determined according to the proximity level within the impact area of the thermal power plant, and surveys were applied to the participants selected by random sampling method. The results of the research were interpreted and evaluated in terms of the environmental attitudes of the residents and their social acceptance levels for the thermal power plant. Research has revealed that proximity of the plant is effective on the social acceptance level. As the proximity to the thermal power plant increases; the social acceptance level of the power plant is decreasing due to the fact that the plant will have a negative economic and environmental impact. In terms of the acceptability and sustainability of the projects, local people should absolutely be taken into account in terms of social acceptance. Where information on the project is limited, local people stand against the project and are concerned about being unaware of what will be constructed in the vicinity. In relation to NIMBY behaviour, local people should be involved in the project process. It is thought that the social acceptance level of the local people will increase as they are aware of the project and the possible impacts of the project.

**Keywords:** Balıkesir, Thermal Power, Energy, Social Acceptance, NIMBY.



## GİRİŞ

Canlıların yaşamlarını devam ettirebilmesi için gerekli olan enerji, insanlar için farklı bir anlam ifade eder. En basitinden en karmaşığına birçok elektrikli aletin çalışması için temel bir ihtiyaç haline gelen enerji, “hareket ettirici güç, iş yapma” (Doğanay, 1998) anlamına gelmektedir. Günümüz modern hayatın devam edebilmesi için bir zaruret haline gelen enerji, ülkelerin gelişmişlik düzeyi hakkında da bilgi vermektedir. Atalay (1997: 386), bu durumu; “Enerji, ülkelerin çeşitli yönlerden kalkınmasında dinamik bir güç olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle, ülkelerin gelişme düzeylerinin belirtilmesinde üretilen ve tüketilen enerji miktarı da dikkate alınmaktadır” şeklinde ifade etmektedir. Ülkelerin gelişmişlik seviyesi ile enerji üretimi ve tüketimi arasındaki bağın temelinde ise sanayi faaliyetleri gelir. İngiltere’de ortaya çıkan Sanayi İnkılabının getirdiği makineleşme ile daha kısa sürede daha çok üretebilme yeteneği, enerjiye duyulan ihtiyacın da artmasına neden olmuştur. Fabrikalarda üretim yapan makinelerin çalışmasından, ısıtma, aydınlatma gibi üretimin her aşamasında enerjinin gerekliliği ülkelerin enerji üretimini artırmasına neden olmuştur. Bu nedenle ülkelerin gelişmişlik seviyesi uzun yıllar ürettiği ve tükettiği enerji oranı ile ölçülmüştür.

Sanayileşme nedeniyle artan enerji ihtiyacının karşılanması uzun süre termik santraller ile sağlanmıştır. Temel enerji kaynağı olarak kömürün kullanıldığı bu santraller, İngiltere gibi gelişmiş batılı ülkelerde temel enerji tesisleri olarak da kendisini göstermiştir. Ancak, fosil yakıtlar olarak tabir edilen enerji kaynaklarından birisi olan kömürün yakılması sonucu ortaya çıkan karbondioksit gazının neden olduğu çeşitli sorunlar, bu santrallere olan bakış açısının da değişmesine neden olmuştur. Sanayi İnkılabının başladığı İngiltere’de 1952 yılında yaşanan ve “öldüren sis” olarak tabir edilen çevre felaketi sonrasında binlerce kişinin ölmesi (Altıkat, vd., 2011: 135), kömüre ve termik santrallere karşı tepkileri başlatan olay olarak ifade etmek yanlış olmaz. Bu olaydan dört yıl sonra (1956) çıkarılan “Temiz Hava Yasası” ile birlikte, sanayi işletmelerinin kirli yakıt kullanmaları yasaklanmış ve siyah dumanın önlenmesini amacıyla düzenlemeler yapılmıştır. Başlangıçta İngiliz halkının uymakta isteksiz davrandığı bu düzenlemeler, zamanla kabul görmüş ve İngiltere’de kömür ile çalışan termik santraller kapatılmıştır.

İngiltere’de yaşanan bu süreç, birçok gelişmiş batılı ülkelerde yaşanmış ve fosil yakıtlara olan desteğin azalmasına neden olmuştur. Kömür, petrol ve doğalgazdan oluşan fosil yakıtlara alternatif olarak çıkarılan ve yenilenebilir enerji kaynağı olarak tabir edilen güneş, rüzgâr, jeotermal gibi kaynaklara desteğin artmasında gelişmiş ülkelerde yaşanan bu süreç etkili olmuştur.

Günümüzde birçok gelişmiş ülke enerji ihtiyaçlarını yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılamak ve fosil yakıtların kullanımını daha aza indirmek için politikalar geliştirmekte, bu yönde planlamalar yapmaktadır. Gelişmekte olan ve geri kalmış ülkelerdeki duruma bakıldığında ise farklı bir tablo görmek mümkündür. Söz konusu ülkelerde yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanılması sınırlı düzeyde kalmakta ve fosil yakıtlar temel enerji kaynağı olarak kullanılmaya devam edilmektedir. Bu durumun temelinde, ilgili ülkelerin kalkınmalarını gerçekleştirmek adına her türlü enerji kaynağını kullanmalarında bir sakınca görmemelerinin yer aldığını söylemek mümkündür. Tablo 1, 2016 yılında yenilenebilir enerji kaynaklarında yıllık yatırım, net kapasite artışı ve üretimde ilk beş ülkeyi göstermektedir. Gelişmiş ülkelerin birçok madde açısından ilk beş sırada yer almasına rağmen geri kalmış ülkelerde bu durumun sınırlı kalması yukarıda belirtilen ifadeyi destekler niteliktedir.

**Tablo 1.** Yenilenebilir Enerji Kaynaklarında Yıllık Yatırım/Net Kapasite Artışı ve Üretimde İlk Beş Ülke

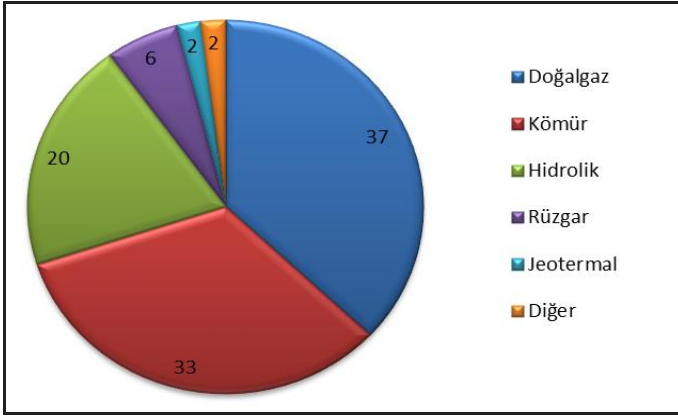
	1	2	3	4	5
Yenilenebilir Enerji ve Yakıtlara olan Yatırım	Çin	ABD	İngiltere	Japonya	Almanya
GSYİH Başına Yatırımı	Bolivya	Senegal	Ürdün	Honduras	İzlanda
Jeotermal Enerji Kapasite Artışı	Endonezya	Türkiye	Kenya	Meksika	Japonya
Hidrolik Enerji Kapasite Artışı	Çin	Brezilya	Ekvator	Etiyopya	Vietnam
Güneş Fotovoltaik Sistem Kapasite Artışı	Çin	ABD	Japonya	Hindistan	İngiltere
Yoğunlaştırılmış Güneş Enerjisi Sistemleri Kapasite Artışı	Güney Afrika	Çin	-	-	-
Güneş Kollektörü Kapasite Artışı	Çin	ABD	Almanya	Hindistan	Brezilya
Rüzgar Enerjisi Kapasite Artışı	Çin	Türkiye	Brezilya	Hindistan	ABD
Biyodizel Üretim	ABD	Brezilya	Arjantin/Almanya/Endonezya		
Etanol Yakıt Üretimi	ABD	Brezilya	Çin	Kanada	Tayland

(Kaynak: Ren21, 2017: 25)

Türkiye, gelişmekte olan bir ülke olması ve nüfusunun da sürekli artış eğilimi göstermesi nedeniyle enerji ihtiyacı da yükselen bir ülke konumundadır. Artan enerji ihtiyacının karşılanması için çeşitli programlar dâhilinde çalışmalar yapılan Türkiye’de, enerji kaynaklarının çeşitlendirilmesi için de poli-

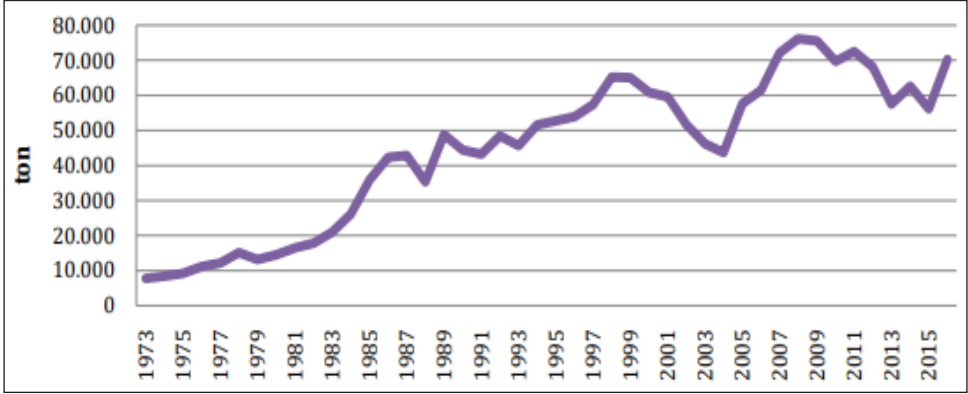
tikalar yürütülmektedir. Şekil 1, 2017 yılında Türkiye’de elektrik üretiminin kaynaklara göre dağılımını göstermektedir. 2017 yılında Türkiye’de elektrik üretiminin, %37’si doğal gazdan, %33’ü kömürden, %20’si hidrolik enerjiden, %6’sı rüzgârdan, %2’si jeotermal enerjiden ve %2’si diğer kaynaklardan elde edilmiştir. Bu veriler, Türkiye’de enerji arzında fosil yakıtların önemli bir ağırlığının olduğunu göstermektedir.

**Şekil 1.** 2017 Yılı Türkiye Elektrik Üretiminin Kaynaklara Göre Dağılımı



(Kaynak: ETBK, 2018)

Türkiye’nin kömür dışındaki fosil yakıtlar açısından zengin olmadığı bilinmektedir. Enerji ihtiyacının da sürekli artıyor olması, Türkiye’deki tüm enerji kaynaklarını kullanılmasını zorunlu kılmaktadır. Yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelik politika uygulanması da bu zorunluluğun bir sonucudur. Bununla birlikte, Türkiye’de kömür (linyit) yataklarının yüksek rezervlere sahip olması son yıllarda kömürden enerji üretimi amacıyla santral yapımını da artırmıştır. Şekil 2, Türkiye’de 1973 – 2015 yılları arasındaki linyit üretimini göstermektedir. Yıldan yıla dalgalanma olmakla birlikte linyit üretiminin sürekli artmasında, kömürün enerji kaynağı olarak Türkiye’de yüksek oranlarda kullanılıyor olmasının etkisi söz konusudur. Bu açıdan bakıldığında Türkiye’de kömür ile çalışan termik santrallere olan talebin de artacağı yorumu yapılabilir.

**Şekil 2. Türkiye Linyit Üretimi (1973 – 2015)**

(Kaynak: Makina Mühendisleri Odası, 2018)

### Termik Santraller ve Sosyal Kabul

Günümüzde ülkelerin enerji ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kullandıkları en önemli kaynaklardan birisi elektrik enerjisidir. “Elektrik, bir enerji kaynağı olmaktan çok, bir enerji şeklidir; çünkü insan tarafından üretilmekte, doğadan doğrudan doğruya alınamamaktadır” (Tümertekin ve Özgüç: 1997: 447). Elektrik enerjisinin üretiminde hidrolik, nükleer, güneş, rüzgâr gibi primer (birincil) enerji kaynakları kullanılır. Ülkelerin buldukları konum özellikleri ve sahip oldukları kaynaklara bağlı olarak elektrik üretiminde kullandıkları kaynaklarda da değişiklik gösterir. Karabulut (2004: 54), bu durumu şu şekilde ifade etmektedir: “...ülkenin coğrafi yapısına bağlı olarak birbirlerine göre üstünlükleri ve sakıncaları vardır. Bu nedenle ülkeler, kendilerine en uygun olan kaynakları kullanmak zorundadırlar”.

Geçmişten günümüze, ülkelerin enerji ihtiyaçlarını karşılamak için kullandıkları kaynaklardan en önemlisi termik enerjidir. Doğanay ve Çoşkun (2017: 324), termik enerjiyi “kömür, petrol, doğalgaz gibi sıcaklık yayan kaynaklardan elde edilen enerji” olarak tanımlamışlardır.

Elektrik enerjisinin üretilmesinin araçlarından birisi termik santrallerdir. Kömür (taşkömürü, linyit), fuel oil, doğalgaz gibi birincil enerji kaynaklarının kullanıldığı termik santraller, Sanayi İnkılabı’ndan sonraki süreçte önemini artırmış ve tüm dünyada giderek yaygınlaşmıştır. Tümertekin ve Özgüç (1997: 453)’ün “termik elektrik enerji istasyonları” olarak tanımladığı bu santrallerin en büyük avantajları, “tesis inşaatının daha ucuza mal olması ve lokasyonların daha az kontrole tabi tutulması ile yakıtın kolaylıkla elektriğe dönüştürülmesidir”.

Termik santraller, Sanayi İnkılabı sonrasında tüm dünyada yaygınlaşan bir elektrik üretme merkezleri olmasına rağmen, özellikle 20. yüzyılın ortaların-

dan itibaren bu santrallere yönelik çeşitli tepkiler de ortaya çıkmıştır. Santrallerde temel yakıt olarak fosil kaynakların kullanılması nedeniyle meydana gelen çevresel kirlilik bu tepkilerin de temel nedenini oluşturmaktadır (Tümertekin ve Özgüç, 1997; Avcı, 2005; Doğan, 2011; Akova, 2016).

Garipağaoğlu (2015: 65), Türkiye’de ortam sorunlarını ele aldığı çalışmasında, termik santrallerin hava kirliliği, su kirliliği, toprak kirliliği ve canlılar üzerindeki olumsuzluklar gibi birçok çevresel etkilerinin olduğunu belirtmiştir. Termik santrallerin çevresel etkilerini katı, sıvı ve gaz şeklinde gruplamak mümkündür. Katı atıklar, o santralde kullanılan enerji kaynağına bağlı olarak ortaya çıkmakta iken sıvı atıklar küllerin suyla karıştırılmasıyla gölde toplanmakta; gazlar ise yakılan maddenin bacalardan çıkması ile oluşmaktadır (Doğan, 2011: 43).

Enerji kaynakları hakkında yapılan akademik çalışmalara bakıldığında, söz konusu çalışmaların çoğunlukla enerji teknolojilerine odaklandığı görülür. Özellikle enerji kaynaklarından daha fazla nasıl enerji üretilbileceği sorusunun aranmaya çalışıldığı bu çalışmalar, ağırlıkla fen ve mühendislik alanlarında yapılmıştır. Ancak son yıllarda, enerji kaynakları ve enerji santrallerine yönelik toplumsal algıları araştıran sosyal bilimlerdeki çalışmalarda da bir artış olduğu görülmektedir. Bu durumun temelinde, söz konusu enerji kaynakları ve santrallerinin çevresel etkilerinin yanında ekonomik ve sosyal etkilerinin de göz önüne alınması istenmesi yatar.

Yerel halkın bulunduğu alanlarda yapılan enerji santralleri gibi tesislere yönelik toplumsal algıları ve söz konusu tesisleri kabul düzeyi literatürde *sosyal kabul* olarak tanımlanmaktadır. Sosyal kabul ile ilgili yapılan çalışmalarda temel amaç, toplumun yapılan yatırımlara yönelik sosyal kabul düzeylerini belirlemek ve halkın ilgili politikaların belirlenmesindeki sürece dâhil edilmesini sağlamaktır. Sosyal kabul ile birlikte hayata geçirilen projelerin diğerlerine göre daha sağlıklı olduğunu söylemek mümkündür.

Wüstenhagen vd. (2007) kavramın net olarak anlaşılabilmesi için karşılıklı etkileşim halinde bulunan sosyal kabulün üç boyutuna vurgu yapmaktadır. Bunlar: sosyo-politik kabul, yerel kabul ve piyasa kabulüdür. Sosyal kabul göz ardı edildiğinde, projelerin gerçekleşmesinde engel olacak bir davranış biçimi olarak NIMBY davranışı ile karşılaşmaktadır. Not in My Back Yard ifadesinin baş harfleri alınarak yapılan bir kısaltma olan NIMBY davranışını Türkçe’ye “Arka Bahçemde Olmasın” şeklinde çevirmek mümkündür.

İlk defa 1980 yılında Emilie Travel Livezey tarafından kullanılan ve tehlikeli atıklar için yerel halkın karşı çıkış davranışı olarak tanımlanan (Eren ve Budak, 2012) NIMBY, yerel halkın/toplumun yaşadıkları alanların yakınlarına kurulmasını veya yapılmasını istemedikleri tesis/ projelere karşı gösterdiği tepkinin

sonucunu ifade etmektedir (Akpulat vd., 2012). NIMBY davranışını; yerel karakterli reddetme tutum ve davranışının; proje uygulayıcılarına ve işletmecilere olan güvensizlik nedenleriyle; projenin uygulanması, riskleri ve faydaları konusunda vatandaşların sınırlı bilgiyle hareket ettikleri; ancak, vatandaşların proje riskleri konusundaki ilgisinin yüksek olduğu ve çoğu kez duygusal yaklaşımlara konu olan reddetme tutum ve davranışları olarak tanımlamak mümkündür (Smith-Marquez, 2000: 273, Akt Palabıyık vd., 2010). Bu davranışın ortaya çıkışının temel nedeni ise yerel halkın yakınlarına yapılacak veya yapılmakta olan yatırımlardan olumsuz olarak etkileneceklerine dair inançlarından kaynaklanmaktadır (Palabıyık vd., 2010). Bu olumsuz etkiler genellikle sağlık ve güvenlik konularındaki olası risklerden, proje konusundaki bilgisizlikten, çevresel kaygılardan, arzilerin değer kaybedeceği düşüncelerinden ileri gelmektedir.

NIMBY davranışında mesafenin bozucu etkisi etkili olmakta, proje alanından uzaklaştıkça NIMBY davranışının etkisi azalmakta ve projenin kabul edilebilirliği artmaktadır. Literatürde, NIMBY davranışı çoğunlukla bencil bir davranış şekli olarak ele alınmakta ve bu bencilliğin mesafeyle olan ilişkisine dikkat çekilmektedir (Dear, 1992; van der Horst, 2007). Dear (1992: 291), kişilerin “arka bahçesinde” bulunmadığı takdirde projelere destek verdiğini, buna karşılık arka bahçelerine yaklaşmakta olan projelere ise muhalif veya olumsuz baktıklarını ifade etmekte ve bu davranışı açıklarken “yakınlık hipotezi”nin varlığını ileri sürmektedir. Örneğin; Swofford ve Slattery (2010) Teksas’ta rüzgâr türbinlerine yakınlığa göre NIMBY davranışındaki değişimi açıkladıkları çalışmalarında türbinlere yakın alanlarda NIMBY davranışında artış, türbinlerden uzaklaştıkça NIMBY davranışında azalış olduğunu tespit etmişlerdir. Özellikle rüzgâr türbinleri projelerini ele alarak yakınlık hipotezini kullanarak NIMBY davranışını açıklamaya çalışan araştırma sayısı oldukça fazladır (Devine-Wright, 2005; van der Horst, 2007; Warren vd, 2005). Bu çalışmalarda genellikle rüzgâr türbinleri baz alınarak çevreleri daireler şeklinde zonlara ayrılmış ve buna göre yakınlık hipotezleri oluşturulmuştur. Brauholtz (2003) rüzgâr türbinlerini çevreleyen 3 zon (0-5 km/ 5-10 km ve 10-20 km) belirlerken; Warren vd. (2005) 2 zon (0-5 ve 5-10) belirleyerek araştırmalarını yapmışlardır. Swofford ve Slattery’de (2010), Brauholtz’un (2003) kullandığı zonlamanın aynısını araştırmalarında kullanmışlardır.

NIMBY davranışı kapsamında yerel halk nükleer enerjiden kimyasal tesislere, sanayi alanlarına, askeri alanlara, rüzgâr türbinlerine, enerji santrallerine ve cep telefonu ağı direklerine karşıdır ( Eren ve Budak, 2012). Bu karşı duruş; ayaklanmalar, kampanyalar, protestolar, yürüyüşler ve davalar gibi farklı şekillerde eyleme dönüşebilmektedir. Kraft ve Clary (1991), güçlü muhalif bir davranış olarak ele aldıkları NIMBY davranışının arka planında; proje sponsorlarına güvensizliğin, proje sorunları ve riskleri hakkında sınırlı bilgilendir-



menin, yerel ve dar görüşlü bakış açısının, daha geniş çaplı sonuçları dikkate almayan projeye yönelik tutumların ve proje riski ile ilgili yüksek bir endişelerin bulunduğuna dikkat çekmektedirler.

### Araştırmanın Amacı ve Önemi

Enerjide yurt dışına olan bağımlılığı azaltmak, enerji kaynaklarını çeşitlendirmek ve enerji üretiminde öz kaynaklarını değerlendirebilmek amacıyla ülke çapında birçok enerji tesisi inşa edilmiş ya da planlanmıştır. Enerji kaynaklarını çeşitlendirmeye yönelik projeler, hükümet perspektifinden haklı gözükmemektedir. Ancak, bu noktada projelerle ilgili olarak, projelerin gerçekleştiği bölgelerdeki yerel halkın ilgili sürece dâhil edilmesi sorunu gündeme gelmektedir. Planlanan ve yapımına başlanan bu tesislerden birisi de Balıkesir ili Altıeylül ilçesi sınırları içerisinde bulunan Paşaköy Termik Santrali'dir (Foto 1). Bu çalışmanın temel amacı, Paşaköy Termik Santrali örneğinde yerel halkın termik santrallere yönelik sosyal kabul düzeylerini ve bu düzeyi etkileyen faktörleri belirlemektir.



**Foto 1.** Paşaköy Termik Santral İnşaatı Alanı

Küresel bağlamda bakıldığında enerji üretiminde nükleer enerjiden sonra en az toplumsal desteğin termik santrallere verilmiş olması, bu tespitin Paşaköy örneğinde de araştırılmasını önemli kılmaktadır. Genellikle toplumsal algının olumsuz yönde olduğu proje ve tesislerin NIMBY davranışını pozitif yönde artırdığı görülmektedir. Yerel toplumdaki temel kaygılar tesislerin hem fiziki etkileri hem de arazi değer kayıpları üzerinedir (Hermansson, 2007). NIMBY davranışının diğer bir özelliği ise eğitim ve gelir seviyesine bağlı olmaksızın yerel halkın aynı çatı altında tepki verebilmesidir. Bu bağlamda Paşaköy Termik Santrali çevresinde sosyal kabul düzeyinin ve NIMBY davranışının varlığını araştırmak önem arz etmektedir.



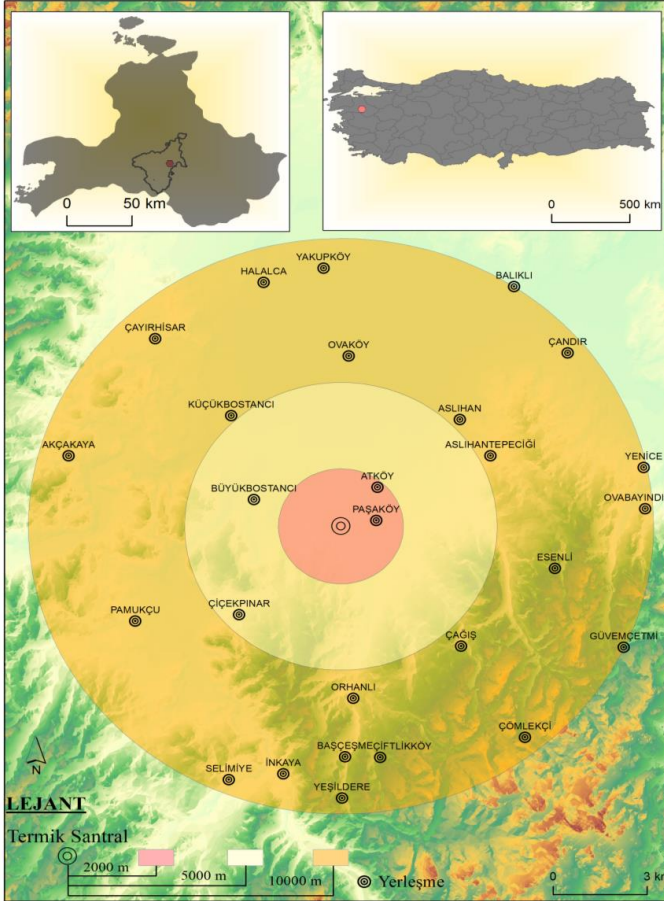
Araştırmada ele alınan başlıca araştırma soruları şunlardır: Katılımcıların termik santral konusundaki bilgileri hangi düzeydedir; katılımcıların termik santrallere ilişkin algıları nasıldır; katılımcıların Paşaköy Termik Santrali inşasına yönelik kabul davranışları ne yöndedir; katılımcıların Paşaköy Termik Santrali işletilmeye başladığı andaki algıları nasıl olacaktır ve katılımcıların çevresel konulardaki tutumları nasıldır?

## YÖNTEM

Nicel araştırma yöntemlerinden alan araştırması yöntemi kullanılarak hazırlanan bu çalışmada temel veri toplama aracı olarak da anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda, Paşaköy Termik Santrali'nin bulunduğu alan ve çevresinde saha çalışması yapılarak yerel halka yüz yüze görüşme şeklinde anket yapılmıştır.

Çalışmanın evrenini termik santrale maksimum 10 km mesafe uzaklıkta bulunan yerleşmeler oluşturmaktadır. Bu kapsamda, söz konusu termik santralin etki alanı içerisinde yakınlık düzeyine göre zonlar belirlenerek anket uygulanmıştır. Zonlama yapılırken termik santral baz alınarak 0-2 km, 2-5 km ve 5-10 km kuşağında kalan yerleşmeler tespit edilmiştir (Şekil 3). Bu çalışmada, rüzgâr türbinlerine yönelik yapılan çalışmalardan farklı bir zonlama tercih edilmiştir. Çünkü rüzgâr türbinlerini ele alan NIMBY çalışmalarında her bir türbin için yaklaşık 100 metrelik bir mesafe kullanılarak rüzgâr çiftliği sınırları oluşturulmuştur (Swofford ve Slattery, 2010: 2512). Ancak bu araştırma birden fazla unsur içermemekte aksine tek bir inşaat alanı ve çevresindeki yerleşmelerden oluşmaktadır. Hem bu husus hem de termik santral inşaatı çevresindeki yerleşmelerin dağılışı dikkate alınarak bu 3 zon belirlenmiştir.

Şekil 3. Araştırma Alanı



Tespit edilen yerleşmelerin 2017 yılı nüfus sayım sonuçlarına göre her bir yerleşmede kaç adet anketin uygulanacağına karar verilmiştir. Anketler yapılırken basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmış ve anket uygulamaları sırasında 18 yaş üstünde yer alan katılımcılar seçilmiştir (Foto 2 ve 3). Anket uygulamalarında kapalı uçlu ve 5'li likert ölçeğindeki sorular tercih edilmiştir. Paşaköy Termik Santrali ve çevresel konularla ilgili oluşturulmuş ifadelerle katılımcıların katılım düzeylerini tespit etmek amacıyla, 1 "kesinlikle katılmıyorum" ifadesinden, 5 "kesinlikle katılıyorum" ifadesine kadar olan beşli likert ölçeği tercih edilmiştir.

Anketlerin yapıldığı yerleşmelerin belirlenen zonlara göre dağılımı şu şekildedir: 0-2 km (Paşaköy ve Atköy) ve 2-5 km (Büyükbostancı, Çicekpınarı) kuşakları içerisinde kalan dört mahallenin hepsinde anket uygulanmıştır. İnşaat alanı sahasına en yakın zonda bulunan bu dört mahallenin hepsi araştırmaya

dahil edilmiştir. 5-10 km kuşağında kalan 23 mahallenin yarısı (Çayırhisar, Ovaköy, Yakupköy, Pamukçu, Küçük Bostancı, Aslıhantepecik, Aslıhan, Halalca, Orhanlı, Ovabayındır, Çağış, Esenli); her bir istikamette rastgele olmak suretiyle seçilmiş ve bu mahallelerde anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Anket dört bölümden oluşmakta; birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 7 soru, ikinci bölümde katılımcıların genel olarak termik santrallere/Paşaköy Termik Santrali'ne yönelik algılarını belirlemeye yönelik 9 soru, üçüncü bölümde Paşaköy'de yapılmakta olan termik santralin etkilerine yönelik algılarını ölçmeye çalışan 10 soru ve dördüncü bölümde ise çevreye yönelik tutumlarını ölçmeye çalışan 7 soru (Yalçın, 2009: 191) bulunmaktadır. Anket uygulamaları ile elde edilen verilerin analizinde SPSS 20.0 (Statistical Program for Social Science) programı kullanılmıştır.



Foto 2 ve 3. Seçilmiş olan mahallelerde yapılan anket çalışmaları

Araştırmada, demografik değişkenlere ilişkin verilerin yorumlanmasında frekans ve yüzde analizinden yararlanılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik katsayısını hesaplamak için Cronbach's Alpha testi uygulanmıştır. Katılımcıların termik santrallere ve Paşaköy Termik Santrali'ne yönelik genel algılarını belirlemek için oluşturulan 11 ifade için Cronbach's Alpha katsayısı 0,72 olarak bulunmuştur. Bu algının ölçülmesi amacıyla oluşturulan ölçek içerisinde iki ifade ("Türkiye enerji konusunda dış ülkelere bağımlıdır" ve "Türkiye'nin enerji ihtiyacı farklı enerji kaynakları ile karşılanabilir") ile diğer ifadeler arasında negatif korelasyon olduğu için ölçekten çıkarılmıştır. Bu ifadeler çıkarıldıktan sonra söz konusu ölçeğin yeni Cronbach's Alpha katsayısı 0,80 olarak bulunmuştur. İlgili katsayı 0,80-1,00 aralığında yer almakta ise ölçek yüksek derecede güvenilirliğe sahiptir (Lorcu, 2015: 208).

Katılımcıların Paşaköy'de inşaatı devam etmekte olan termik santralin etkilerine yönelik algılarını belirlemeye yönelik oluşturulan 10 ifade için Cronbach's Alpha katsayısı 0,83 olarak bulunmuştur. Elde edilen verilere göre ölçek yük-

sek derecede güvenilirliğe sahiptir. Katılımcıların çevreye yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla oluşturulan 7 ifade için Cronbach's Alpha katsayısı 0,70 olarak bulunmuştur. Elde edilen verilere göre ölçek oldukça güvenilir (Lorcu, 2015: 208).

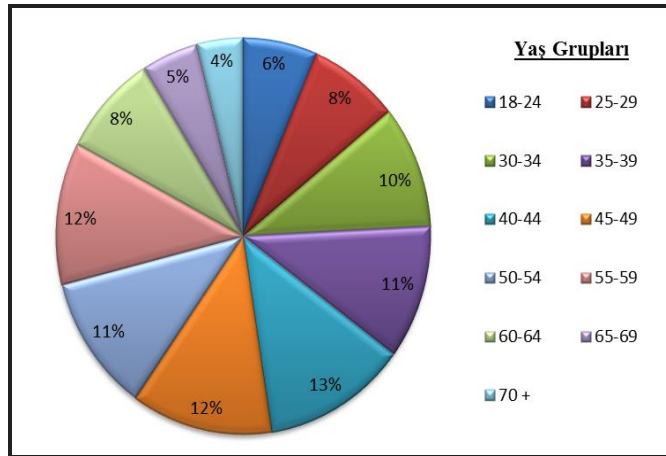
Katılımcıların termik santrallere/Paşaköy Termik Santrali'ne yönelik genel algıları, Paşaköy'de inşaatı devam etmekte olan termik santralinin etkilerine yönelik algıları ile çevreye yönelik tutumlarını belirlemek amacı ile oluşturulan ifadelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları incelenmiştir. Yapılan bu araştırmayla, hangi test ve analizlerin yapılması gerektiğinin tespiti için dağılım testi (Kolmogorov-Smirnov) yapılmış ve verilerin normal dağılıma sahip olduğu ve parametrik testler yapılabileceği anlaşılmıştır. Bunlara ek olarak algı ve tutumları tespit etmeye yönelik ifadelerin faktörlerinin önem derecelerini belirlemek amacı ile ifadeler faktör analizine tabi tutulmuştur. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri, ikamet durumları, sivil toplum kuruluşlarına (STK) üyelikleri ve çevresel bir eyleme katılıp katılmama durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile bağımsız örneklem t Testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Anket çalışmaları ile birlikte elde edilen veriler SPSS programına aktarılmış ve bu programda ihtiyaca yönelik analizler yöntemleri kullanılarak araştırma bulguları elde edilmiştir. Anket formunda yer alan sorular; katılımcıların demografik özelliklerini, Paşaköy Termik Santrali'ni kabul veya ret düzeylerini, termik santrallerin çevresel etkileri konusundaki bilgilerini ve çevresel tutumlarını ölçmeye yöneliktir. Araştırma sahası içerisinde kalan 16 mahallede toplam 450 anket yapılmıştır (Tablo 2). Anketler yapılırken 18 yaş üstü kişilerle görüşülmüştür. 18 yaş üstündeki kişiler 5'er yıllık dilimlere ayrıldığında, 65+ yaş grubuna kadar olan dilimlerde yaklaşık olarak her bir yaş diliminden % 10'luk bir kesimle görüşmeler yapılmıştır (Tablo 2; Şekil 4).

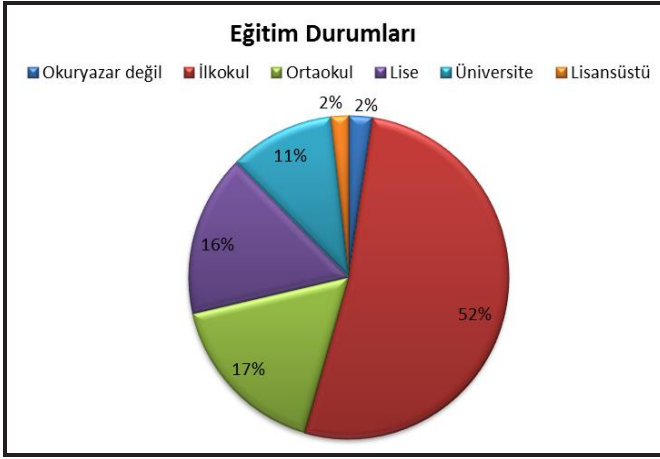
**Tablo 2.** Katılımcıların Sosyo-demografik Özellikleri

Değişkenler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)	Değişkenler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)
<b>Cinsiyet</b>			<b>Mahalle anket sayısı</b>		
Kadın	207	46,0	Çayırhisar	70	15,6
Erkek	243	54,0	Pamukçu	50	11,1
<b>Yaş</b>			Ovaköy	30	6,7
18-24 yaş arası	29	6,4	Atköy	30	6,7
25-29 yaş arası	35	7,8	Paşaköy	30	6,7
30-34 yaş arası	45	10,0	Çiçekpınar	30	6,7
35-39 yaş arası	49	10,9	Büyükbostancı	30	6,7
40-44 yaş arası	56	12,4	Aslıhan	30	6,7
45-49 yaş arası	55	12,2	Küçükbostancı	20	4,4
50-54 yaş arası	51	11,3	Aslıhantepecik	20	4,4
55-59 yaş arası	52	11,6	Halalca	20	4,4
60-64 yaş arası	38	8,4	Orhanlı	20	4,4
65-69 yaş arası	22	4,9	Çağış	20	4,4
70 yaş ve üstü	18	4,0	Yakupköy	20	4,4
<b>Toplam</b>	<b>450</b>	<b>100</b>	Ovabayındır	15	3,3
<b>Eğitim Durumu</b>			Esenli	15	3,3
Okuryazar değil	11	2,4	<b>Toplam</b>	<b>450</b>	<b>100</b>
İlkokul	234	52,0	<b>Meslek</b>		
Ortaokul	76	16,9	Ev hanımı	168	37,3
Lise	73	16,2	Çiftçi	112	24,9
Üniversite	48	10,6	İşçi	17	3,8
Lisansüstü	8	1,8	İşsiz	2	0,4
<b>Toplam</b>	<b>450</b>	<b>100</b>	Diğer	151	33,6
			<b>Toplam</b>	<b>450</b>	<b>100</b>

**Şekil 4.** Katılımcıların Yaş Grupları


Katılımcıların eğitim seviyeleri dikkate alındığında her iki katılımcıdan birisinin ilkökul mezunu olduğu söylenebilir (Tablo 2, Şekil 5). Büyükşehir Belediye yasasından önce tüm bu yerleşmelerin köy olduğu düşünülduğünde bu sonucun çelişkili olmadığı söylenebilir. Kadın katılımcıların hemen hemen hepsi ev hanımıdır. Ev hanımı olmayanların dışında kalanlar ise öğrencilerdir. Erkek katılımcıların yarısı çiftçilik yapmaktadır. Diğer kısmında yer alanlar ise memur, esnaf vb. kategorilerde dağılım sergilemektedir.

Şekil 5. Katılımcıların Eğitim Durumları



Katılımcıların  $\frac{3}{4}$ 'ünden fazlası doğdukları mahallede ikamet etmektedir. Mahalle dışından bu yerleşmelere gelenler ise iş/görev nedeniyle gelenler ve ayrıca emekli olduktan sonra tekrar mahallelerine dönüp yerleşenlerdir (Tablo 3). Katılımcıların ikamet sürelerinde zamansal yoğunluk NIMBY davranışını açıklamak açısından da önem arz etmektedir. Zaman-mekân birlikteliği bağlamında değerlendirildiğinde, ikamet süresindeki yoğunluk kişilerin yer duygusu oluşturmada önemlidir.



**Tablo 3.** Katılımcıların İkamet Durumları

Değişkenler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)
<b>Doğum yeri</b>		
Mahalleli	355	78,9
Mahalle dışından	95	21,1
<b>Toplam</b>	<b>450</b>	<b>100</b>
<b>İkamet süreleri</b>		
1-3 yıl	23	5,1
4-6 yıl	8	1,8
7-10 yıl	19	4,2
11-14 yıl	15	3,3
15 yıl ve üzeri	30	6,7
Mahallede doğan	355	78,9
<b>Toplam</b>	<b>450</b>	<b>100</b>

Katılımcıların sivil toplum kuruluşlarına (STK) üyelikleri oldukça sınırlı olmasına karşın çevreyi desteklemek için son 5 yılda bir eyleme katıldıklarını belirtenlerin oranı, herhangi bir STK'ya üye olduklarını belirtenlerin 2 katından fazladır (Tablo 4). Çevreci bir eyleme katıldıklarını belirten 73 kişiden 19 tanesi sadece Paşaköy'dendir. Paşaköy'de ankete katılan kişi sayısı dikkate alındığında katılımcıların yaklaşık %65'inin bir çevre hareketine katıldığı söylenebilir. Çevreci eyleme katılım düzeylerinin Paşaköy termik santraline yakın olan mahallelerde artışı görülmektedir. 0-2 km zonunda kalan Paşaköy ve Atköy'de sırasıyla 19 ve 7 kişi; 2-5 km zonunda kalan Büyükbostancı'da 9 kişi çevreci bir harekete katılmışlardır. Bu zonda kalan Çicekpınarı Mahallesi'nden ise hiçbir katılımcı çevresel bir eyleme katılmamışlardır. Bu mahalle ilgili termik santral inşaatına fiziki olarak yakın olmasına rağmen arada bulunan tepelik bir sahanın burada yaşayan kişilerdeki termik santral algısını değiştirdiği söylenebilir. Diğer taraftan santrale hem fiziki olarak yakın olan hem de santral inşaatı görüş mesafesi dâhilinde bulunan diğer 3 mahallede ise 35 kişi çevresel bir harekete katılmıştır. Çevreci eyleme katılanların yaklaşık neredeyse % 50'si bu mahallelerde yaşayanlardır.

**Tablo 4.** STK'lara Üyelik Durumları ve Çevreyi Destekleme Etkinliğine Katılım Durumları

Değişkenler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)
<b>STK üyelik durumu</b>		
Üye	33	7,3
Üye değil	417	92,7
<b>Toplam</b>	<b>450</b>	<b>100</b>
<b>Etkinlik katılımı</b>		
Evet	73	16,2
Hayır	377	83,8
<b>Toplam</b>	<b>450</b>	<b>100</b>



Tablo 5, 6 ve 7’de termik santrallere/Paşaköy Termik Santrali’ne, Paşaköy’de inşaatı devam etmekte olan termik santralin etkilerine yönelik algıları ile çevreye yönelik tutumlarını belirlemek için katılımcıların ifadelerine katılım düzeyleri yer almaktadır. Katılımcıların termik santrallere/Paşaköy Termik Santrali’ne yönelik genel algıları incelendiğinde aritmetik ortalaması yüksek olan üç ifade ön plana çıkmaktadır (Tablo 5). Katılımcıların en yüksek katılım gösterdiği ifade 3,51 ortalaması ile “Türkiye’de yapılan/yapılacak olan termik santraller ülkenin enerji ihtiyacını karşılar” ifadesidir. Bu ifadeyi takiben 3,11 ortalaması ile yüksek katılım gösteren ikinci ifade “Paşaköy’den başka bir yerde yapılacak termik santralleri desteklerim”dir. “Çevremde yapılmadan önce termik santralleri desteklerdim” ifadesi de diğer iki ifade gibi yüksek derecede katılımın olduğu ifadedir. Bunlara karşılık aritmetik ortalamasının en düşük olduğu ve ortalamaları da birbirine yakın olan iki ifade bulunmaktadır. 1,92 ve 1,93’lük ortalamalara sahip bu ifadeler sırasıyla “Paşaköy’de yapılan termik santral hakkında yetkililer tarafından yeterli bilgi verildi” ve “Paşaköy’de termik santral yapılmalıdır” ifadeleridir.

**Tablo 5.** Katılımcıların Termik Santrallere ve Paşaköy Termik Santraline Yönelik Genel Algıları

Sıra	İfade	$\bar{X}$	S.S.
1	Türkiye’de yapılan/yapılacak olan termik santraller ülkenin enerji ihtiyacını karşılar.	3,51	1,108
2	Termik santraller temiz bir enerji kaynağıdır.	2,03	1,041
3	Termik santraller güvenli bir enerji kaynağıdır.	2,29	1,128
4	Çevremde yapılmadan önce termik santralleri desteklerdim.	2,98	1,201
5	Çevremde yapılırken termik santralleri desteklemekteyim.	2,14	1,173
6	Paşaköy, termik santralden enerji üretmek için uygun bir alandır.	2,05	1,119
7	Paşaköy’de termik santral yapılmalıdır.	1,93	1,169
8	Paşaköy’den başka bir yerde yapılacak termik santralleri desteklerim.	3,11	1,309
9	Paşaköy’de yapılan termik santral hakkında yetkililer tarafından yeterli bilgi verildi.	1,92	1,183

1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum

Katılımcıların Paşaköy’de yapılmakta olan termik santralin etkilerine yönelik algılarının aritmetik ortalamaları incelendiğinde (Tablo 6) 4 ifadenin ortalaması 4’ün üzerindeyken 2 ifadenin ortalaması da 4’e çok yakındır (3,98; 3,96). Katılımın en yüksek olduğu ifade 4,23 ortalaması ile ilgili termik santralin “Doğaya zararlı etkileri olacak” ifadesidir. “Hava kirliliği yapacak” ve “İnsan sağlığına ve yaşam kalitesine zararlı etkileri olacak” ifadeleri de yüksek katılımın olduğu yaklaşık aynı değerlere sahip ifadelerdir. Buna karşılık “Arazilerin değerlendirilmesini sağlayacak” ifadesi katılımın en az olduğu ifadedir.

**Tablo 6.** Katılımcıların Paşaköy’de Yapılmakta Olan Termik Santralin Etkilerine Yönelik Algıları

Sıra	İfade	$\bar{X}$	S.S.
1	Geçim kaynağıma/ kaynaklarıma zarar verecek.	3,73	1,215
2	İş imkânı sağlayacak.	2,90	1,127
3	Arazilerin değerlendirilmesini sağlayacak.	1,45	1,166
4	Ucuz elektrik sağlayacak.	2,10	1,095
5	Hava kirliliği yapacak.	<b>4,12</b>	1,022
6	Görüntü kirliliği yapacak.	<b>3,98</b>	1,056
7	Tarımda verimi azaltacak.	<b>4,00</b>	1,068
8	İnsan sağlığına ve yaşam kalitesine zararlı etkileri olacak.	<b>4,11</b>	1,012
9	Doğaya zararlı etkileri olacak.	<b>4,23</b>	0,921
10	Hayvancılığı olumsuz etkileyecek.	<b>3,96</b>	1,065

1= Kesinlikle Katılıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılmıyorum

Katılımcıların çevreye yönelik tutum ifadelerinin aritmetik ortalamaları, bu ifadelere katılım oranının yüksek olduğunu göstermektedir (Tablo 7). Ortalamaların yüksek olması katılımcıların çevreye yönelik pozitif tutum sergilediklerini göstermektedir.

**Tablo 7.** Katılımcıların Çevreye Yönelik Tutumları

Sıra	İfade	$\bar{X}$	S.S.
1	Gelecekte içme suyu kaynaklarının tükeneceğini öğrendiğimden bu yana kullandığım su miktarını azalttım.	3,71	1,084
2	Sonraki nesillere yaşanılabilir bir dünya bırakabilmek için kaynakların kullanımında daha dikkatli davranırım.	<b>4,40</b>	0,722
3	Her birey zorunda kalmadıkça özel araç yerine toplu taşıma araçlarını kullanmalıdır.	<b>4,12</b>	0,929
4	Çevre koruma benim için önemlidir.	<b>4,35</b>	0,724
5	Çevreci kuruluşlara para yardımında bulunurum.	3,23	1,064
6	Küresel iklim değişikliği konusunda kaygılıyım.	3,80	0,997
7	Fosil yakıtlardan enerji üretimi çevreyi tahrip eder.	3,86	0,941

1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma alanına ilişkin olarak hazırlanmış kapalı uçlu sorularla katılımcıların termik santrallere/Paşaköy Termik Santrali’ne yönelik genel algıları, Paşaköy Termik Santrali’nin etkilerine yönelik algıları ile çevreye yönelik tutumlarını belirlenmesi için faktör analizi sonuçları ve açıklanan varyans değerlerine ilişkin bulgulara yer verilmektedir (Tablo 8).

Katılımcıların, termik santraller/Paşaköy Termik Santrali ile ilgili algılarının faktör analizi ve açıklanan varyans değerleri sonuçlarına bakıldığında; faktör

analizinin geçerliliğini gösteren KMO testi sonucunun 0,819 ve Bartlett's testinin ise ilgili test düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bu sonuçlar faktör analizi sonuçlarının geçerli olduğunu göstermektedir. 9 ifadenin faktör analizine tabi tutulması sonucunda bu ifadelerin toplam varyansın % 65,97'sini açıkladığı tespit edilmiştir. Paşaköy Termik Santrali'nin etkilerine ilişkin algılara yönelik faktör analizi ve açıklanan varyans değerleri sonuçlarına bakıldığında; faktör analizinin geçerliliğini gösteren KMO testi sonucu 0,884 ve Bartlett's testi ise ilgili test düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bu sonuçlar faktör analizi sonuçlarının geçerli olduğunu göstermektedir. 10 ifadenin faktör analizine tabi tutulması sonucunda bu ifadelerin toplam varyansın % 59,29'unu açıkladığı tespit edilmiştir.

Çevreye yönelik tutumlara ilişkin faktör analizi sonucunda "Bireylerin gönüllü olarak çalışmasını ya da bir miktar para vermesini gerektiren bir atık geri dönüşümü projesine destek veririm." ve "Çevreyi kirleten bir şirketin ürünlerini boykot ederim." ifadelerinin öz değerleri .35'in altında olduğu için ölçekten çıkarılmıştır. Bu ifadeler çıkarıldıktan sonra faktör analizinin geçerliliğini gösteren KMO testi sonucu 0,687 ve Bartlett's testi ise ilgili test düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bu sonuçlar faktör analizi sonuçlarının geçerli olduğunu göstermektedir. 7 ifadenin faktör analizine tabi tutulması sonucunda toplam varyansın % 61,68'ini açıkladığı tespit edilmiştir.

**Tablo 8.** Katılımcıların termik santrallere/Paşaköy Termik Santrali'ne yönelik genel algılarına, Paşaköy Termik Santrali'nin etkilerine yönelik algılarına ve çevreye yönelik tutumlarına ilişkin faktör analizi ve açıklanan varyans değerleri

	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans
1. Türkiye'de yapılan/yapılacak olan termik santraller ülkenin enerji ihtiyacını karşılar.	.498	
2.Termik santraller temiz bir enerji kaynağıdır.	.737	
3.Termik santraller güvenli bir enerji kaynağıdır.	.712	
4.Çevremde yapılmadan önce termik santralleri desteklerdim.	.779	
5.Çevremde yapılırken termik santralleri desteklemekteyim.	.839	65.97
6.Paşaköy, termik santralden enerji üretmek için uygun bir alandır.	.716	
7.Paşaköy'de termik santral yapılmalıdır.	.779	
8.Paşaköy'den başka bir yerde yapılacak termik santralleri desteklerim.	.558	
9.Paşaköy'de yapılan termik santral hakkında yetkililer tarafından yeterli bilgi verildi.	.726	
<i>KMO= .819, Bartlett's Ttest of significance=.000, Eigen-value= 3.873, <math>\alpha=.80</math></i>		
1.Geçim kaynağıma/ kaynaklarıma zarar verecek.	.566	
2.İş imkânı sağlayacak.	.633	
3.Arazilerin değerlendirilmesini sağlayacak.	.778	
4.Ucuz elektrik sağlayacak.	.731	
5.Hava kirliliği yapacak.	.794	59.29
6.Görüntü kirliliği yapacak.	.805	
7.Tarımda verimi azaltacak.	.803	
8.İnsan sağlığına ve yaşam kalitesine zararlı etkileri olacak.	.801	
9.Doğaya zararlı etkileri olacak.	.838	
10.Hayvancılığı olumsuz etkileyecek.	.746	
<i>KMO= .884, Bartlett's Ttest of significance=.000, Eigen-value= 4.434, <math>\alpha=.83</math></i>		
1.Gelecekte içme suyu kaynaklarının tükeneneğini öğrendiğimden bu yana kullandığım su miktarını azalttım.	.770	
2.Sonraki nesillere yaşanılabilir bir dünya bırakabilmek için kaynakların kullanımında daha dikkatli olunmalı.	.733	
3.Her birey zorunda kalmadıkça özel araç yerine toplu taşıma araçlarını kullanmalıdır.	.599	61.68
4.Çevre koruma benim için önemlidir.	.729	
5.Çevreci kuruluşlara para yardımında bulunurum.	.684	
6.Küresel iklim değişikliği konusunda kaygılıyım.	.680	
7.Fosil yakıtlardan enerji üretimi çevreyi tahrip eder.	.691	
<i>KMO= .687, Bartlett's Ttest of significance=.000, Eigen-value= 2.169, <math>\alpha=.70</math></i>		

Araştırmaya katılanların termik santrallere/Paşaköy Termik Santrali'ne yönelik genel algılarına, Paşaköy Termik Santrali'nin etkilerine yönelik algılarına ve çevreye yönelik tutumlarına ilişkin ifadelerle katılım düzeylerinin; cinsiyet, ikamet durumları, sivil toplum kuruluşlarına üyelikleri ve çevresel bir eyleme

katılıp katılmama durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile bağımsız örneklem t Testi yapılmıştır. Yapılan t Testi sonuçlarına göre sadece mahalledeki ikametlerine ve çevresel bir eyleme katılma durumlarına göre farklılık tespit edilmiştir. Mahallelere dışarıdan gelip yerleşen katılımcıların (4.08), o mahallede doğup büyüyenlere (3.81) göre çevreye yönelik tutumlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Tablo 9).

**Tablo 9.** İkamet Durumlarına Göre Çevreye Yönelik Tutumların t Testi Tablosu

Faktör	Grup	N	Ort. Değer	(SD)	t	df	p
Çevre	Mahalle	355	3.81	.67	2.325	447	.021
	Mahalle Dışı	95	4.08	.46			

Çevresel eyleme katılma durumlarına göre yapılan t Testi sonuçları incelendiğinde çevresel eyleme katılmayanların (2,54), katılanlara göre (2,09) termik santrallere/Paşaköy Termik Santrali'ne yönelik algılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan; çevresel eyleme katılanların (3,97), katılmayanlara (3,32) göre inşaatı devam etmekte olan Paşaköy Termik Santrali'nin etkilerine yönelik algıları daha yüksek çıkmıştır (Tablo 10).

**Tablo 10.** Çevresel Eyleme Katılma Durumlarına Göre Yapılan t Testi Sonuçları

Faktör	Grup	N	Ortalama Değer	(SD)	t	df	p
Termik Santral ve Paşaköy Termik Santrali	Evet	73	2.09	.57	3.068	97.84	.003
	Hayır	377	2.54	.74			
Paşaköy Termik Santrali İnşaatı	Evet	73	3.97	.78	2.666	448	.008
	Hayır	377	3.32	.68			

Bağımlı değişkenler ile bağımsız değişkenler arasındaki farklılıklara ait varyans analizi sonuçları incelendiğinde (Tablo 11); katılımcıların termik santraller/Paşaköy Termik Santrali ve çevresel tutumları ile ikamet ettikleri mahalleler arasında anlamlı farklar bulunmuştur. Termik santrallere ve Paşaköy Termik Santrali faktörüne, Paşaköy'de ikamet edenler Orhanlı ve Çağış mahallelerinde oturanlara göre daha az önem verdikleri görülmektedir. Bu bölümde yer alan ifadelere dikkat edildiğinde Paşaköylülerin ifadelerine katılım düzeyinin düşük olması NIMBY davranışı kapsamında önem arz etmektedir. Sonuç bölümünde açıklanacağı üzere Çiçekpınarı mahallesinin NIMBY davranışı, termik santral inşaatına en yakın zonda bulunan diğer mahallelere göre farklılık göstermektedir. Tablo 11'de görüldüğü gibi Çiçekpınarı sakinlerinin Küçük Bostancı mahallesinde oturanlara göre, termik santrallere ve Paşaköy Termik Santrali'ne yönelik algılarının daha yüksek olması da bunu destekler niteliktedir. Büyük Bostancı'da ikamet edenlerin Paşaköy'de ikamet edenlere paralel olacak biçimde ilgili ifadelerine katılım düzeylerinin Çayırhisar, Orhanlı, Çağış ve Aslıhan mahallelerine göre daha düşük olması da NIMBY davranışı kapsamında önemlidir.

Paşaköy’de inşaatı devam etmekte olan termik santralin olası etkilerine yönelik algılar ile katılımcıların ikamet ettikleri mahalleler arasında da anlamlı farklar bulunmuştur. Yine NIMBY davranışında beklendiği üzere, Paşaköy’de ikamet edenlerin Paşaköy’de inşaatı devam etmekte olan termik santralin olası etkileri faktörüne, Çayırhisar, Yakupköy, Pamukçu, Aslıhantepecik, Halalca, Orhanlı, Atköy, Çiçekpınar, Ovabayındır, Esenli ve Çağış mahallelerinde ikamet edenlere göre daha çok önem verdikleri tespit edilmiştir.

**Tablo 11.** İkamet Edilen Mahalleler ile Termik Santrallere/Paşaköy Termik Santrali’ne Yönelik Genel Algıların, Paşaköy Termik Santrali’nin Etkilerine Yönelik Algıların ve Çevreye Yönelik Tutumların Karşılaştırılmasına İlişkin Varyans Analizi Tablosu

Faktör	Varyans Kaynağı	SS	df	MS	F	P-değeri	Anlamlı Fark
Termik Santral ve Paşaköy Santrali	Gruplar Arası	29.294	15	1.953	4.137	.000	Paşaköy ile Orhanlı ve Çağış (-); Çiçekpınar ile K.Bostancı (+); B.Bostancı ile Çayırhisar, Orhanlı, Çağış ve Aslıhan arasında (-)
	Grup içi	204.883	434	.472			
	Toplam	234.177	449				
Paşaköy Termik Santrali	Gruplar Arası	46.435	15	3.096	7.821	.000	Paşaköy ile Çayırhisar, Yakupköy, Pamukçu, Aslıhantepecik, Halalca, Orhanlı, Atköy, Çiçekpınar, Ovabayındır, Esenli ve Çağış arasında (+); Çiçekpınar ile Ovaköy, Atköy, Paşaköy ve B.Bostancı arasında (-); B.Bostancı ile Çayırhisar, Yakupköy, Pamukçu, Halalca, Orhanlı ve Çiçekpınar arasında (+); Atköy ile Çayırhisar, Yakupköy, Pamukçu ve Çiçekpınar arasında (+)
	Grup içi	171.789	434	.396			
	Toplam	218.224	449				
Çevre	Gruplar Arası	11.781	15	.785	2.038	.012	Büyükbostancı ile Ovabayındır arasında (+); Atköy ile Yakupköy ve Ovabayındır arasında (+)
	Grup içi	167.268	434	.385			
	Toplam	179.049	449				

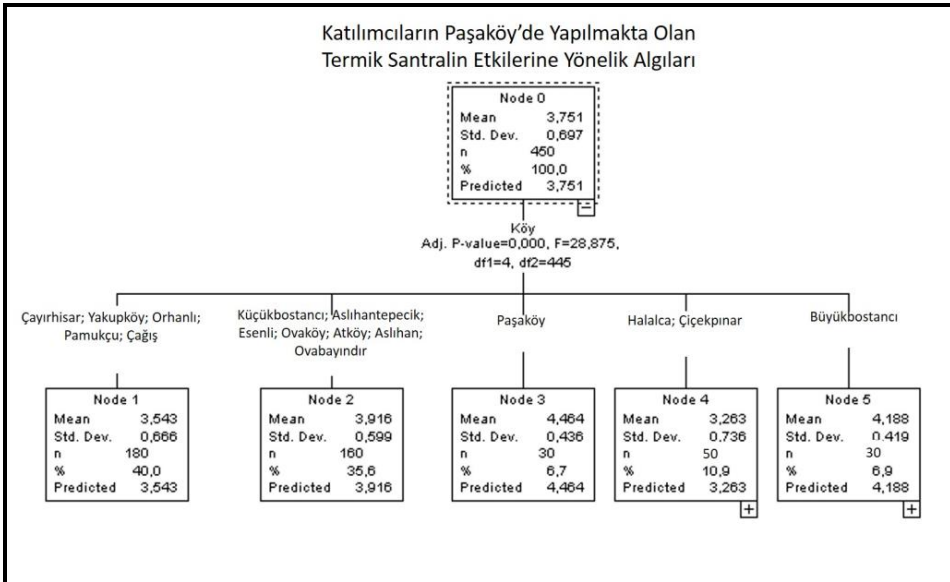
Çiçekpınar’ında ikamet edenler; termik santrallere ve Paşaköy Termik Santrali faktöründe olduğu gibi Paşaköy’de inşaatı devam etmekte olan termik santralin olası etkileri faktöründe de Ovaköy, Atköy, Paşaköy ve Büyük Bostancı’ya

göre bu faktöre katılım düzeyleri düşük çıkmıştır. İnşaata en yakın 2. zonda bulunan Büyük Bostancı sakinleri; Çayırhisar, Yakupköy, Pamukçu, Halalca, Orhanlı ve Çiçekpınar mahallelerinde ikamet edenlere göre Paşaköy’de inşaatı devam etmekte olan termik santralin olası etkileri faktörüne daha çok önem vermişlerdir. İlgili faktöre inşaat alanına en yakın zonda bulunan Atköylüleri; Çayırhisar, Yakupköy, Pamukçu ve Çiçekpınar’a göre daha çok önem vermişlerdir.

Çevre faktörünün varyans analizi sonuçları incelendiğinde Büyük Bostancı’da ikamet edenlerin Ovabayındır’da ikamet edenlere göre; Atköy’de ikamet edenlerin ise Yakupköy ve Ovabayındır’da ikamet edenlere göre daha çok önem verdikleri görülmektedir.

Katılımcıların termik santrallere ve Paşaköy termik santraline yönelik genel algıları ile çevreye yönelik tutumları ifadeleri kapsamında yapılan CHAID analizlerinde bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında istatistiksel olarak belirgin farklar çıkmamışken; katılımcıların Paşaköy’de yapılmakta olan termik santralin etkilerine yönelik CHAID analizi sonuçlarında mahalleler bağımsız değişken olarak varsayıldığında bağımlı değişkenlere verilen cevapların aritmetik ortalamalarında belirgin farklılıklar tespit edilmiştir (Şekil 6). Termik santral inşaatına bağlı olan ifadeleri en iyi açıklayan alt kümelerin gösterildiği CHAID analizi incelendiğinde, bağımsız değişkenler arasında beklenildiği gibi Paşaköy bağımsız değişkeninin ilk sırayı aldığı tespit edilmiştir.

**Şekil 6.** Paşaköy’de Yapılmakta Olan Termik Santralin Etkilerine Yönelik CHAID Analizi Sonuçları





## SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonuçları bölge halkının çevresel tutumları ve termik santrale yönelik sosyal kabul düzeyleri açısından yorumlanmış ve değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçları, iki başlıkta ele alınmıştır: Çevresel tutumlar ve termik santrale bakış. Katılımcıların genel olarak çevresel duyarlılık konusunda hassas oldukları söylenebilir. Termik santral projesine yönelik tepkiler ise mesafeye doğru orantılı çıkmıştır (Çiçekpınar hariç). Mesafeye bağlı olarak sosyal kabul düzeyinin değiştiği/arttığı tespit edilmiştir. Yakınlık arttıkça, termik santrallerin ekonomik ve çevresel açıdan olumsuz etkisi olacağı düşüncesi ile santrale olan sosyal kabul düzeyi azalmaktadır.

Termik santral inşaatına en yakın zonda bulunan 4 mahalle birlikte değerlendirildiğinde; Çiçekpınar'ı hariç, Paşaköy başta olmak üzere Atköy ve Büyük Bostancı mahallelerinde termik santralin olumsuz etkilerinin olacağı kanaati hâkimdir. Çevreci eyleme katılanların büyük çoğunluğunu bu mahallelerde oturanlar oluşturmaktadır. Katıldıkları çevreci eylem ise ilgili inşaatı karşı yapılan eylemlerdir. Çiçekpınar Mahallesi de ilgili termik santral inşaatına fiziki olarak yakın olmasına rağmen (en yakın 2. zonda) arada bulunan tepelik bir sahanın, burada yaşayan kişilerdeki termik santral algısını değiştirdiği söylenebilir. Paşaköy'ün sınırları içerisinde yapılmakta olan ilgili inşaatı NIMBY davranışı kapsamında en fazla olumsuz algının bu mahallede (Paşaköy) yaşayanlar tarafından verileceği beklentisi, yapılan analizler tarafından da doğrulanmıştır.

Termik santral yer seçiminde diğer unsurların (jeoloji, iklim, toprak vb.) dikkate alındığı kabul edilse dahi; santralin hemen yakınında yer alan yerel halkın bu konudaki görüşünün alınmaması ve onların sürece dâhil edilmemesi problemlere neden olmuştur/olmaya devam edecektir. Projelerin kabul edilebilirliği ve sürdürülebilirliği açısından sosyal kabul kapsamında yerel halkın görüşleri mutlaka dikkate alınmalıdır. Termik santrale en yakında bulunan Paşaköy mahallesinde NIMBY davranışının etkili olduğu görülmektedir. Proje hakkındaki bilgilendirme sınırlı olduğu durumlarda yöre halkı projeye karşı durmakta ve çevresinde yapılacak olandan habersiz olma hususunda kaygılanmaktadır. Hem yapılan tesislere yerel halkın desteğini artırmak hem de NIMBY davranışının olumsuz etkilerini en aza indirmek adına, bölge halkının proje sürecine dahil edilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda projeden, süreçten, projenin olası etkilerinden haberdar olan yerel halkın sosyal kabul düzeyi pozitif yönde artacaktır.

## KAYNAKÇA

- Akova, İ. (2016). Enerji Kullanımındaki Değişimler. Ankara: Nobel.
- Akputat, O., Sayman, R. Ü. ve Cordova-Novion, C. (2012). *Atık Yakma Direkti (2000/76/EC) Düzenleyici Etki Analizi*, REC, Türkiye.
- Altıkat, A., Ekmekyapar Torun, F. ve Turan Bayram, T. (2011). Küresel Kirlilik: Dünya, Avrupa Birliği ve Türkiye’de Hava Kirliliği Örneği. *Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 27 (2), 134-149.
- Atalay, İ. (1997). Türkiye Coğrafyası. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Avcı, S. (2005). Türkiye’de Termik Santraller ve Çevresel Etkileri. *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü Coğrafya Dergisi*. 13, 1-26.
- Braunholtz, S. (2003) *Public Attitudes to Windfarms: A Survey of Local Residents in Scotland*. Edinburgh: MORI Scotland, for Scottish Executive Social Research.
- Dear, M. (1992). Understanding and Overcoming the NIMBY Syndrome. *Journal of the American Planning Association*, 58, 288–300.
- Devine-Wright, P. (2005). Beyond NIMBYism: Towards an Integrated Framework for Understanding Public Perceptions of Wind Energy. *Wind Energy*, 8, 125–139.
- Doğan, M. (2011). Enerji Kullanımının Coğrafi Çevre Üzerindeki Etkileri. *Marmara Coğrafya Dergisi*. 23, 36-52.
- Doğanay, H. (1998). *Ekonomik Coğrafya 2, Enerji Kaynakları*. Erzurum: Şafak Yayınevi.
- Doğanay, H. ve Coşkun, O. (2017). *Enerji Kaynakları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı. (2018). Elektrik, <http://www.enerji.gov.tr/tr-TR/Sayfalar/Elektrik>, Erişim Tarihi: 02.07.2018.
- Eren, Z. ve Budak, D. B. (2012). Kırsal Alanda Yaşayan Bireylerin Rüzgâr Enerji Santralleri Hakkındaki Düşünceleri: Hatay İli Örneği. *Çukurova Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 28 (1), 91-100.
- Garipağaoğlu, N. (2015). *Türkiye Ortam Sorunları Coğrafyası*. İstanbul: Yeditepe.
- Hermansson, H. (2007). The Ethics of NIMBY Conflicts, *Ethical Theory and Moral Practice* 10 (1), 23-34.
- Karabulut, Y. (2004). Türkiye’de Elektrik Enerjisi Üretimi. *Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*. 3 (58). s. 53 -77.

- Kraft, M. B. ve Clary, B. B. (1991). Citizen Participation and the NIMBY Syndrome: Public Response to Radioactive Waste Disposal. *The Western Political Quarterly*, 44 (2), 299-328.
- Lorcu, F. (2015). *Örneklerle Veri Analizi SPSS Uygulamalı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Makina Mühendisleri Odası. (2018). Türkiye'nin Enerji Görünümü 2018. Yayın No: MMO/691. [https://www.mmo.org.tr/sites/default/files/EnerjiGorunumu2018\\_1.pdf](https://www.mmo.org.tr/sites/default/files/EnerjiGorunumu2018_1.pdf)
- Palabıyık, H., Yavaş, H.ve Aydın, M. (2010). Nükleer Enerji ve Sosyal Kabul Sorunu: NIMBY Sendromu Üzerine Bir Kritik Bir Literatür İncelemesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15 (1), 45-66.
- Ren21. (2017). Renewables 2017 Global Status Report. [http://www.ren21.net/wp-content/uploads/2017/06/17-8399\\_GSR\\_2017\\_Full\\_Report\\_0621\\_Opt.pdf](http://www.ren21.net/wp-content/uploads/2017/06/17-8399_GSR_2017_Full_Report_0621_Opt.pdf)
- Swofford, J. ve Slattery, M. (2010). Public Attitudes of Wind Energy in Texas: Local Communities in Close Proximity to Wind Farms and Their Effect on Decision-Making. *Energy Policy*, 38, 2508–2519.
- Tümertekin, E. ve Özgüç, N. (1997). *Ekonomik Coğrafya*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- van der Horst, D. (2007). NIMBY or Not? Exploring the Relevance of Location and the Politics of Voiced Opinions in Renewable Energy Siting Controversies. *Energy Policy*, 35, 2705–2714.
- Warren, C. R., Lumsden, C., O'Dowd, S., Birnie, R.V. (2005). Green on Green': Public Perceptions of Wind Power in Scotland and Ireland. *Journal of Environmental Planning and Management*, 48, 853–875.
- Wüstenhagen, R., Wolsink, M., & Bürer, M. J. (2007). Social Acceptance of Renewable Energy Innovation: An Introduction to The Concept. *Energy Policy*, 35(5), 2683-2691.
- Yalçın, Ö. (2009). Ekolojik İkilere İlişkin Tutum, Toplumsal Sorumluluk ve Yabancılaşmanın Toplumsal Değer Yönelimi Açısından İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

# AN ECOCRITICAL READING OF TED HUGHES'S "HAWK ROOSTING"

## Ted Hughes'un "Hawk Roosting" Şiirinin Ekoeleştiri ile Okunması

Gönderim Tarihi: 23.12.2017

Kabul Tarihi: 17.10.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492567

Dilek İNAN\*

Merve Nur BOLDAN\*\*

**ABSTRACT:** Best known for his nature and animal poetry, Ted Hughes (1930-98) has an important place in the history of twentieth century English literature with his poems, stories for children, plays, essays, letters and translations. He has been fascinated with the forces of nature, the world of animals and the challenges of postindustrial society. His diction and controlled language give a sense of order to the violent and chaotic natural world, drawing attention to the immediate experiences. Ecocriticism, "the study of the relationship between literature and physical environment" (Glotfelty:1996, xviii) is chosen for reading "Hawk Roosting" since this poem presents Hughes's intense insights into the natural world. This article exemplifies the ways in which Hughes explores both violence and order in nature through the daily experiences of a hawk in its own habitat. The hawk acts in an instinctive manner in line with the natural order.

**Keywords:** Ted Hughes, Ecocriticism, Nature Poet, "Hawk Roosting".

**ÖZ:** Doğa ve hayvan şiirleriyle tanınan Ted Hughes yazdığı çocuk hikayeleri, oyunları, denemeleri, mektupları ve çevirileri ile 20. Yüzyıl İngiliz edebiyat tarihinde önemli bir yere sahiptir. Doğanın muazzam güçleri, hayvanların dünyası ve endüstriyelleşme sonrasında çevrenin ve toplumun durumu şairin ilgisini çeken konulardır. Tasvir ettiği doğal çevrenin anlık tecrübelerini anlatan şair, şiirlerindeki sözcük seçimi ve dildeki kontrollü tutumu, vahşet ve karmaşa içindeki doğal ortama bir nevi düzen getirir. Hughes'un doğal yaşamla ilgili yoğun içgörüsünü içeren "Hawk Roosting" eserinin okunmasında fiziksel çevre ve edebiyat arasındaki ilişkiyi inceleyen ekoeleştiri yaklaşımı seçilmiştir. Bu çalışma şairin

\* Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Necatibey Eğitim Fakültesi/Yabancı Diller Eğitimi Bölümü/İngiliz Dili Eğitimi Anabilim Dalı, inan@balikesir.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-5128-8409

\*\* Öğr. Gör., Milli Savunma Üniversitesi/Balıkesir Kara Astsubay Meslek Yüksek Okulu/Yabancı Diller Bölümü, mervenurboldan94@gmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0001-8029-291X

“Hawk Roosting” şiirinde doğadaki şiddet ve düzen konularını tüneyen bir şahinin kendi yaşam alanında günlük yaşadıklarını gözlemleyerek anlatmaktadır. Doğal düzene uyumlu olarak şahin iç güdülerıyla hareket etmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Ted Hughes, Ekoeleştiri, Doğa Şairi, “Hawk Roosting”.

## INTRODUCTION

Ted Hughes (1930-1998), Poet Laureate of England from 1984 until his death, is one of the prolific figures of the twentieth century English literature with his poems and short stories for both adults and children. Besides poetry, Hughes’s works include plays, translations, essays and letters. He is interested in extraordinary forms of knowledge, creative writing, environmental activism, and national movements against agricultural and industrial contamination (Gifford, 2009: 1). Hughes is aware of a poet’s significant public responsibility as a pioneer for dealing with the most disturbing problems of their times. These issues include concerns linked to human and nature relations, self-destructive spirit of human beings, life and death, animals, unconscious life, and conscious decisions. His passion for nature arises as a result of growing up in rural areas of Yorkshire and as a child he has always been enchanted by animals. His poetry develops from his childhood experiences, interrelating animal life with the atrocities of human kind. Analyzing Hughes’s war-poetry, Meyers finds a connection between animals and soldiers that both kill their own kind with fierce primitivism (2013: 32).

In addition to the violent characteristic of animal life and its connection to human life, Hughes’s poetry is embedded with the natural habitat. A connection with nature, rural England with farms, mountains and moors have given Hughes great inspiration to write poetry. His poetry can be regarded as a return to territory, hostility, fierceness, cruel behaviors of animals such as foxes, hawks, horses, jaguars and crows. This lifelong interest in nature and the poet’s environmental consciousness make Hughes unsurprisingly a nature poet, and this commitment later shows itself in his works of environmental community and his ecological activism.

A strong sense of the natural order of things has existed in Hughes’s creative DNA. Since his teenage years, Hughes has been keen on poetry and began writing poems (Lidström, 2015: 17). At the age of 18, he attended National Service and after that period he studied anthropology and archeology in Cambridge until 1954. On account of his diverse education in the humanities, he alludes to human history and mythology in his works. Religion also functions as one of the cores for managing the interior power, as it lessens the otherness of nature by enclosing mind and environment (Zerenler, 2002:

1). When religion has lost its power in the twentieth century Western culture, reconciling the separation between mind and alienated nature has become the modern man's responsibility. (Zerenler, 2002: 1). In general, Hughes aims to discover the pressure and relation between human's inner and external natural world and this discovery is carried out for finding a way to recover from hardships and find reconciliation. (Gifford, 2009: 7).

## ECOCRITICAL THEORY

Cheryll Glotfelty (1996, xviii) describes ecocriticism as "the study of the relationship between literature and physical environment". Ecocriticism as a discipline premises on the reciprocal connection between humanities and the natural world. The theory is also worth mentioning, since scholars support eco-over enviro- because enviro- is anthropocentric, centers human, and implies that humans are surrounded by everything which is not them, the environment, while eco- implies inter-reliant societies, incorporated systems, and strong bonds between component parts (Glotfelty and Fromm, 1996: xx). Emergence of the theory is possibly derived from the characteristics of the new century "the century of environment" that comprises literary-environmental interrelations; ecology and population-based difficulties inescapably and progressively advocate the necessity of including environmental considerations for any kind of literary criticism, handling social and physical reality (Love, 2003: 1). Ecocriticism includes nonhuman features in addition to human contexts and thoughts (Love, 2003: 1). Rudd (2010: 8) defines origins of the perspective as having "roots in the ethical and political concerns of ecology and environmentalism." The aim of the theory is explained clearly by Serpil Oppermann (1999: 29) as "to bring a transformation of literary studies by linking literary criticism and theory with the ecological issues at large." The environmental issues related with both nature, landscape and urban (Oppermann 1999: 30), as a result of destructive alterations on Earth, have endangered not only human species but also all other living creatures. The devastating alterations include global warming, earthquakes, habitat destructions, air, soil and water pollution, resource depletion, overpopulation, acid rains etc. all of which have caused an ecological collapse on Earth. With this recognition, humankind, feeling guilt-ridden, begins to investigate nature and its effect on human.

Ecocriticism, due to associations with today's ecological crisis, is both concerned with nature and urban landscape. The term ecocriticism has been coined by William Rueckert in his essay "Literature and Ecology: An Experiment in Ecocriticism" in 1978. However, Cheryll Glotfelty revives the term and advocates that it should refer to the widespread critical field which was previously known as "the study of nature writing" at Western Literature



Association meeting in 1989 (Branch and Grady, 1994). From then on the theory has flourished in practice: in articles and papers, thus its recognition has become independent (Branch and Grady, 1994). For Cokinos (1994) "Ecocriticism is fundamentally an ethical criticism and pedagogy, one that investigates and helps make possible the connections among self, society, nature, and text." Cokinos continues with inadmissibility of ecocritical view which is opponent to and unaware of language-centered literary theory (Cokinos, 1994). Cook (1994) highlights the extensiveness of ecocriticism with its interdisciplinary approach including ecology, topography, environmental history, philosophy, cultural studies and literature, among other fields. Ecocritical approaches, thus, can be chronological, metaphorical, educational, hypothetical, psychological, methodical, or it can include combinations of the above. Cook (1994) also mentions the questioning of humans for placing themselves in life and using biology, society and politics for defining their place in the natural habitat. Ecocriticism is interdisciplinary, since it is used in order to comprehend "the connectedness of all things, including the life of the mind and the life of the earth" (Branch and Grady, 1994). One of the major challenges of the theory is comprehension of nature and culture as intermingled rather than separate components of a dualistic construct (Armbruster, 2001: 4). Ecocriticism is the study of culture and its products namely, literature, scientific theories, and art works, and it is associated with human relation to nature.

Literature has a crucial role in an enormously complicated global system in which thoughts, matter, and energy interact, and ecocriticism expands "the world" as a concept by actually including the whole ecosphere (Glotfelty and Fromm, 1996: xix). The theory also functions as a response to environmental devastation, natural and artificial difficulties, requisites, and disasters, as it is necessary to grasp the link between human and the natural world. Historian Donald Worster (1993: 27) observes that global crisis occurs as a result of the dysfunctional moral system of society rather than ecosystem. He proposes that in order to overcome the crisis, human beings shall realize their impact on nature and recognize those moral systems, restructure them accordingly and properly. As Worsters underlines (Worsters, 1993: 27), "Historians, scholars, anthropologists and philosophers cannot reform but they can help with the understanding." On the other hand, ecological crises are the outcomes of disconnections and disharmony between human and the natural world. On accounts of the rising technology and the specialization of the natural phenomena separately, human beings fail to appreciate the interrelatedness between technological and natural matters (Glotfelty and Fromm, 1996: xix). Similarly, as people live in a technology-governed era, ecocriticism urges a concern for nature and ecology; it also extends literary criticism to the scope of



environment and ecosystem that unavoidably necessitates a continued relation between literature and ecosystem in environmental sciences and willingly stimulates an interdisciplinary field (Xu and Nangong, 2012: 88). With the rise in environmental problems, people become more inclined to protect the environment and ecosystem as a concept has become an essential part of various disciplines in the humanities such as art, culture, literature, philosophy, morals, politics etc. As a consequence of this situation, ecology is a universal matter that people should face and cope with (Xu and Nangong, 2012: 88). In literary criticism, too, ecocriticism has its favorable place as a method for analyzing literary works with considerations of nature, human, nonhuman, environment, and interconnections among them. Ecocriticism provides an insight into environmental consciousness and a refined taste to the idea of nature.

## TEXT AND CONTEXT

Hughes's poetry presents the poet's fascination with creative-destructive forces in nature such as life and death, implicitly suggesting the reader to imagine the thin line between vulgarity and civility. In this context the wild and instinctual nature of animals is actually a metaphor for the civilized humanity and its discontents.

Inspired by nature and animals, Ted Hughes has written a multitude of poems that bear ingenious metaphors, resourceful imagery, reflective language, and speech rhythms. His poem 'Hawk Roosting', which was first published in an early volume of poetry collection called *Lupercal* (1960) is examined as an example to suggest that Hughes uses animals as metaphors for displaying his own visions of life which emphasize the destructive forces and the energy in nature. The article examines the poem by displaying examples and interprets the poem in terms of life experiences and stance of a bird in order to explain the term "environment", in this case an environment recreated and ruled by the powerful hawk. The hawk in the poem's landscape is portrayed as the fittest and the strongest creature to survive in the evolutionary process. Hughes poetry is a valuable source to search the relationships amongst human, poetry and the natural world and to emphasize that human is only a small part of the ecosystem. 'Hawk Roosting' is a worthy poem for ecocriticism as it consists ecological issues and human-animal relations. This article argues that Hughes's 'Hawk Roosting' can open up the poem to environmental debates with its references to the hawk's treatment of its landscape, and the bird's own species. Hughes has contributed to issues related to nature, animals, non-humans and humans. In this dramatic monologue, Hawk is literally and metaphorically suggestive of intelligence, arrogance, superiority and aggression as it is clearly depicted throughout the poem.

In today's world, the species name is given to war snipers and vehicles as it connotes with superlative features and great hunters. Therefore the hawk may be a symbol of a sniper, a killing machine, or a dictator as well in its natural environment exploring and exploiting its immediate surroundings. The poem gives voice to a natural predator as it meditates on its innate feelings and thoughts. Thus, the title of the poem is overtly suggestive; it denotes a predatory bird waiting fiercely for his prey.

The hawk, which is the poetic persona, is roosting in its natural habitat. In the first two stanzas physical superiority is detailed with eyes, head, and feet. It is on top of a high tree on a clear day illuminated by sun rays ready to inspect and observe its prey conveniently. Doubtlessly, it is created for "tearing off heads" with its perfect physical traits such as the "hooked head" and "hooked feet", sharp vision and manners. Hughes presents brutal traits of the hawk by utilizing poetic imagery and this presentation includes nonhuman features. The poet underlines animal life and its relation with ecology.

The final two stanzas justify its cruel actions. The hawk acts in perfect accordance with its inborn nature with the support of the ultimate source of energy - the sun - behind it. Hence the pairs of stanzas contribute to a sense of regularity which again reinforces the tight control of the bird in its habitat:

The sun is behind me.  
Nothing has changed since I began.  
My eye has permitted no change.  
I am going to keep things like this.

The hawk speaks with utmost authority, power and pride. He has the tone of a ruthless dictator, which reminds the readers of the natural order that of the survival of the fittest in the theory of evolution. It kills in order to survive: "My manners are tearing off heads – The allotment of death". In this sense with its characteristics of "hooked head and hooked feet" this animal would kill as it pleases, arbitrarily.

The poem has a circular pattern in order to highlight the fact that the hawk as such a powerful and enduring bird declares its rule, that it is to "sit in the top of the wood" and "going to keep things like this" for many years to come. The hawk, with its human features, actually is a symbol of inhumanity and tyranny which accepts no change and no counter-opinion.

Repetitive use of first person pronoun suggests a sense of arrogance and portrays a self-centered nature of the bird. With Hughes's meticulous word choice and syntax, the readers are exposed to the fierceness and strength

of the bird with absolute words such as "kill" and "tearing off." The hawk can be interpreted in two senses: literally and metaphorically, the former is linked to the bird that is intelligent and has sharp eye-sight, and because of these features emperors and nobles also benefitted from that bird for hunting in the middle ages; the latter, on the other hand, some human behaviors are attributed to its features such as "having eyes like it", "watch someone like a hawk", and "hawkish stance". These phrases highlight the sharp-eye sight and the violent feature of the bird.

The poem has regular structure with four-line verses and each of them has similar length, this similarity may be used for foreshadowing the feeling of ruthless domination. Enjambments are also used in lines 2 to 3, 6 to 7, 10 to 11, 12 to 13, and 18 to 19. Although the language is rather strict and ordered, the enjambments might be for illustrating the flight and movement of the bird. The use of negatives (nothing, no arguments, no change and no sophistry) may imply a political speech, counting on strength while rejecting rhetorical questions. Hughes, with simple and direct language, word choice, and neat line length provides an extended metaphor for the manners of a tyrant or power-seeking leader. The regular lines, order and the circularity in the structure of the poem accords well with the innate order in the natural world. The nature is textualized through the poet's references to the life of a hawk and its implications to the traits of a dictator. Indeed, Hasan (2012: 177) states that for Hughes, the unavoidable consequence of witnessing terrors, massacres, and viciousness of Second World War are depicted in animal imagery to define tragedy and devastation of the war. Although Hughes has been criticized for being violent in his poems he reveals the hurt and disfigured shape of nature tormented and damaged by humans in 'Hawk Roosting' (Hasan, *ibid.*: 184). Hence, it is a symbol for human cruelty. On the other hand, however, for Dyson (1990: 102, as cited in Hasan, 2012:184) "the bird is not fascist nor the symbol of some horrible totalitarian genocidal dictator." Nature has become the victim of human brutality and negligence and as a consequence Hughes uses violence for reformation and restating the vitality of current presence of nature (Hasan, 2012: 184). The opening line of the poem "I sit in the top of the wood, my eyes closed" establishes the theme of the poem; the bird comes into sight in a high position while ignoring the rest of the world. The central theme of the poem is obviously nature, human, and animal relation. However, the hawk may also be interpreted as a Nazi symbol, with an eagle standing on the top of a wreath. Scholars find a link between fascist attitudes of it and First-Second World War and this connection proposes a critical irony to Hitler (Istiak, 2016: 7). On the other hand, the hawk as a representation of arrogance and superiority, reveals the voice and thoughts of nature. Composed through the hawk's point of view, the poem uses a series of personification

with reference to “feet”, “manners”, and “argument” and therefore establishes a connection between human and the nature. In each stanza the tone and the mood of the poem are built towards a feeling of authority, self-directedness, viciousness, and superiority. The sinister and threatening tone has a continuous effect in the final stanza. The poem finishes on a horrifyingly alarming image that it is determined to continue acting arbitrarily and cruelly, which is similar to the natural world order in the primitive sense.

Fletcher (2004: 4) claims that owing to participating in nature, poetry expresses the relation between nature and humanity. In ‘Hawk Roosting’, the indestructible connection indicates “the presence of nature within humans” (Lidström, 2015: 150). The description of the hawk becomes a means to define and explore the cruelty in people. Similar natures of the bird as predators and humans as dictators are depicted via the hawk’s point of view; for example arrogance, self-direction, violence, tyranny, and self-esteem are traits that belong to humans. The hawk’s selfishness is emphasized in lines “And the earth’s face upward for my inspection” and “Now I hold Creation in my foot”. The reference to “creation” also symbolizes that the hawk is the master of nature. Similarly, the hawk’s greed is underlined in the line “I kill where I please because it is all mine.” Hughes continues to depict human traits through the bird’s bigotry in lines “My eye has permitted no change.” and “I am going to keep things like this.” Lidström (2015: 154) proposes that for Hughes nature is primarily a core for explaining and discovering the DNA of humanity metaphorically. Through the instinctual behavior of animals, one can find a resemblance between the natural procedures and environmental relations beyond human influence. In ‘Hawk Roosting’ the hawk is a symbol of human description, it is depicted as a murderer: it rehearses “perfect kills and eat”, it dwells in the most suitable place to catch its preys.

## CONCLUSION

Consequently, Hughes personifies the bird deliberately to connect the animal with humanity. Some similarities between the hawk and the human nature are presented as they are both merciless, unalterable and having the potential for damage and destruction (Bandyopadhyay, 2013: 2). By portraying the hawk and its qualities, he actually depicts the contemporary man and his personality. Evidently, ecocritical view provides the necessary vocabulary and perspective for analyzing Hughes’ poetry, especially in his representation of human characteristics via animal personas as in ‘Hawk Roosting’.



## BIBLIOGRAPHY

- Armbruster, K. (2001). *Beyond Nature Writing: Expanding the Boundaries of Ecocriticism*. University of Virginia Press.
- Bandyopadhyay, N. (2013). Ted Hughes and his Animal World: Analysis of the Poems of Ted Hughes by the Yardstick of Ecocriticism. *Galaxy: International Multidisciplinary Research Journal*, 2(4), 2-17.
- Bate, J. (2015). *Ted Hughes: The Unauthorized Life*, New York: Harper.
- Branch, M. P. and O'Grady, S. (1994). Defining Ecocritical Theory and Practice: 1994 Western Literature Association Meeting, Salt Lake City, Utah. [http://www.asle.umn.edu/conf/other\\_conf/wla/1994/1994.html](http://www.asle.umn.edu/conf/other_conf/wla/1994/1994.html)
- Clark, H. (2010). The Grief of Influence: Sylvia Plath and Ted Hughes. *Plath Profiles: An Interdisciplinary Journal for Sylvia Plath Studies*, 3, 158.
- Cokinos, C. (1994). *What is Ecocriticism?*, Utah: Kansas State University Press.
- Cook, N. (1994). *What is Ecocriticism?* Rhode Island: University of Rhode Island Press.
- Gifford, T. (2009). *Ted Hughes*, London: Routledge.
- Glotfelty, C. and Fromm, H. (Eds.). (1996). *The Ecocriticism Reader: Landmarks in Literary Ecology*, Athens and London: University of Georgia Press.
- Hasan, S. M. (2012). Ted Hughes's Animal Poems: An Embodiment of Violence or vitality? *The Dawn Journal*, 1(1), 174-187.
- Istiak, A. (2016). *Human Animals in Ted Hughes' Poetry: A Thorough Study of the Animal Poems of Ted Hughes*, Bangladesh: Green University of Bangladesh Press.
- Lidström, S. (2015). *Nature, Environment and Poetry: Ecocriticism and the Poetics of Seamus Heaney and Ted Hughes*, London: Routledge.
- Love, G. A. (2003). *Practical Ecocriticism: Literature, Biology, and the Environment*, Charlottesville and London: University of Virginia Press.
- Meyers, J. (2013). Ted Hughes: War Poet. *Antioch Review*, 71 (1), 30-39.
- Nash, R. F. (1989). *The Rights of Nature: A History of Environmental Ethics*, Wisconsin: University of Wisconsin Press.
- Oppermann, S. (1999). Ecocriticism: Natural world in the literary viewfinder. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 16(2), 29-46.
- Rudd, G. (2010). *Greenery: Ecocritical readings of late medieval English literature*, Oxford: Oxford University Press.

- Sagar, K. (Ed.). (1994). *The Challenge of Ted Hughes*, UK: Palgrave Macmillan.
- Worster, D. (1993). *The Wealth of Nature: Environmental History and the Ecological Imagination*, Oxford: Oxford University Press.
- Xu, J., Nangong, M. (2012). HW Longfellow: A Poetical-Dwelling Poet of Ecological Wisdom from the Perspective of Ecocriticism. *English Language Teaching*, 5(5), 85-100.

# MEKÂN-ZAMAN-İNSAN İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA 21. YÜZYILDA PAZARLAR

## Bazaars in the 21st Century in the Context of Space-Time-Human Relationship

Gönderim Tarihi: 01.08.2018

Kabul Tarihi: 09.10.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492529

**Gonca KUZAY DEMİR\***

**ÖZ:** 19. yüzyıl sonrasında Alan Dundes'in "Halk kimdir?" başlıklı makalesinin ardından, değişen ve değişirken gelişip genişleyen halk bilimi, 21. yüzyılda artık halkı kırsalda, eğitimsiz veya çok az bir eğitim almış insan gruplarının arasında aramaktan uzaklaşmış durumdadır. Günümüzde halk bilimi araştırmacıları disiplinler arası yaklaşımlarla çevresini sorgulamakta ve insanları bir araya getiren unsurları tespit ederek ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan fayda sağlamaya dönük çalışmalar yapmaktadır. Son yüzyıllarda gittikçe artan "kent folkloru" olarak adlandırabileceğimiz, "kenti" ve "kentli" kimliğini sorgulayan çalışmalar, kaynağını yaşanan zamanda ve mekânda bulmaktadır. Kent kültürünü meydana getiren kentli insanların temel mekânlarından birini pazarlar oluşturmaktadır. Alışveriş ve eğlence mekânlarından olan pazarlar, aynı kentte yaşayan çok sayıda insanın üretim ve tüketim alışkanlıkları doğrultusunda bir araya geldikleri toplumsal mekânlardan biridir. Türk kültüründe pazar, toplumsal bir mekân olmasının ötesinde bir geleneği ifade etmektedir. Bununla birlikte halk biliminde pazarlar ve pazar çevresinde sürdürülen gelenek hakkında bir çalışma bulunmamaktadır. Bu makalede; halk bilimi araştırmalarında çok fazla yer almayan pazarlar, teorik açıdan değerlendirilecektir. Öncelikle pazarlar için kullanılan terminoloji verilecek, daha sonra pazarlar bağlam, yapı, kapsam ve işlev özellikleri bakımından ele alınacaktır. Böylelikle köyden kente gündelik hayatın bir parçası olan pazarlar halk bilimsel açıdan değerlendirilerek, halk biliminde daha önce çalışılmamış bir saha olarak sonraki çalışmalara teklif edilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Halk Bilimi, Pazar, Gelenek, Kent.

**ABSTRACT:** After Alan Dundes's article entitled "Who are the Folk?" following the 19th century, the changing and evolving folklore has moved away from looking for the folk in rural areas and between uneducated and poorly educated groups of people in the 21st century. Today, researchers of folklore question the environment with interdisciplinary

\* Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi/Fen-Edebiyat Fakültesi/Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü/Halk Bilimi Anabilim Dalı, goncakuzay@hotmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-8964-6355



approaches and conduct studies aiming to provide benefits economically, culturally and socially by determining the elements that bring people together. The studies that question the identity of “city” and “urban”, which we can call as “urban folklore”, and which have been increasing in the last centuries, take its source from time and space. Bazaars constitute one of the basic places of urban people who make up the urban culture. Bazaars, among the shopping and entertainment places, are one of the social spaces where a large number of people living in the same city come together in line with their production and consumption habits. In Turkish culture, the bazaar is a tradition beyond a social space. Nevertheless, there is no study on the bazaars and the tradition continued around the bazaars within the context of folklore. In this article, the bazaars that do not take place very often in the folklore studies will be evaluated theoretically. First, the terminology used for the bazaars will be provided, then the bazaars will be examined in terms of context, structure, scope and function. Thus, the bazaars that are part of everyday life from the villages to the cities will be evaluated from the folkloric perspective and offered to the future studies as a field that has not been studied previously in folklore.

**Keywords:** Folklore, Bazaar, Tradition, Urban.

## GİRİŞ

Halk bilimi çalışmaları tarihsel perspektifte değerlendirildiğinde; 19. yüzyıla kadar kabul edilen “halk” tanımına bağlı olarak saha araştırmalarının daha çok kırsal bölgelerde sürdürüldüğü görülmektedir. 19. yüzyıldan sonra Alan Dundes’in “Halk Kimdir?” başlıklı makalesiyle birlikte gelişen modern halk bilimi çalışmaları günümüzde halkı kırsal kesimde arayan bir yapıdan uzaklaşmış durumdadır (Ekici, 2000: 3-4). Günümüzde halk bilimi araştırmacıları disiplinler arası yaklaşımlarla çevresini sorgulamakta ve insanları bir araya getiren unsurları tespit ederek ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan fayda sağlamaya dönük çalışmalar yapmaktadır. Son yüzyıllarda gittikçe artan “kent folkloru” olarak adlandırabileceğimiz, kenti ve kentli kimliğini sorgulayan çalışmalar, kaynağını yaşanan zamanda ve mekânda bulmaktadır.

Kent merkezli çalışmalar, aslında içinde yaşanan zaman ve mekân bağlamında tanıdık olanın farkındalığını sağlamaktadır. Kente ve kentliye ait olan unsurlar, aslında en yakınında durup varlığı ile dikkati hiç çekmeyendir. 19. yüzyılın önemli filozoflarından Hegel, bu durumu “aşına olunanın bilinmezliği” şeklinde ifade ederken, bu düşünceden hareketle 20. yüzyılın düşünürlerinden Henri Lefebvre, gündelik hayata odaklanmaktadır. Lefebvre, gerçeğin gündelik olanda gizli olduğunu hatırlatırken, “En olağanüstü olan şey aynı zamanda en gündelikdir; en tuhaf olan şey genellikle en bayağı olandır...” der (Lefebvre, 2013: 19).

Kent folkloru alanında yapılan çalışmaların önemli bir yol aldığı 21. yüzyılda, kent ve kentli kimliği sorgulanırken belki de en ihmal edilen konulardan biri

pazarlardır. Yerleşik kültürün bir parçası olan pazarlar, gelişen tarım, hayvancılık, sanayi ve turizmin ortaya çıkardığı toplumsal mekânlardır. Aletli tarımın gelişmesi ile Mezopotamya ve Nil vadilerinde toprağın verimliliği artmış ve bu durum ticaretin gelişmeye başlamasını sağlamıştır. Böylelikle, çiftçilik dışında, tüccar ve esnaf gibi meslek grupları ortaya çıkmıştır (Mortan, 2011: 3). Doğu'dan Batı'ya kadar dünya üzerinde tespit edilen ortak kültürel miraslardan olan ve üretilen ürünlerin başkasına bir değer karşılığında el değiştirdiği pazarlar ve bu ürünleri gerek üreten veya aracılık yaparak ürünlerin el değiştirmesini sağlayan pazarcular, günümüze kadar oldukça az sayıda çalışmaya konu olmuştur.

Türkiye'de pazarlarla ilgili olarak kitap, makale, bildiri, lisansüstü tezleri ve fotoğraf ağırlıklı prestij kitap şeklinde yayınları bulmak mümkündür. Bu çalışmalardan birçoğu sosyal bilimler alanında yapılmış olup genellikle ekonomi, iktisat, mimarî, sanat tarihi, coğrafya, sosyoloji ve tarih alanındadır. Yapılan çalışmalarda ağırlıklı olarak pazarlar, kamusal bir alan olarak yapısal olarak incelenmiştir. Bununla birlikte, Türk kültüründe pazar, kamusal bir mekân olmasının ötesinde bir geleneği ifade etmektedir. Toplumun yaşam koşulları, üretim tarzları, tüketim alışkanlıkları, alım-satım usulleri ve bunlara bağlı olarak belirlenen pazarların türleri, pazar yerlerinin tercihi, pazarların kurulum zamanları ve şeması, pazarcuların gündelik yaşamları, pazarlarda sürdürülen somut olmayan kültürel miras gibi özellikleri bir bütünün parçaları olarak değerlendirildiğinde, pazarlar zamandan mekâna, doğadan insana uzanan bir ölçekte geleneği ifade etmektedir.

Bu makalede; halk bilimi araştırmalarında çok fazla yer almayan pazarlar, teorik açıdan değerlendirilecektir. Öncelikle pazarlar için kullanılan terminoloji verilecek, daha sonra pazarlar bağlam, yapı, kapsam ve işlev özellikleri bakımından ele alınacaktır. Böylelikle köyden kente gündelik hayatın bir parçası olan pazarlar halk bilimsel açıdan değerlendirilerek, halk biliminde daha önce çalışılmamış bir saha olarak sonraki çalışmalara teklif edilecektir.

Farsça kökenli bir kelime olan "pazar" Türk Dil Kurumu tarafından hazırlanan Güncel Türkçe Sözlük'te "1. Satıcıların belirli günlerde mallarını satmak için sergiledikleri belirli geçici yer; 2. Belli bir şeyin satıldığı yer; 3. Alışveriş; 4. Cumartesi ile pazartesi arasındaki gün." şekilde tanımlanmaktadır (Güncel Türkçe Sözlük, t.y.). Türk Dil Kurumu tarafından hazırlanan Türkiye Türkçesi Ağızları Sözlüğü'nde pazar için, ağız farklılıklarına bağlı olarak "bazar, bâzâ, bazâ" kullanımlarının dışında başka bir adlandırılmaya rastlanmamıştır (Türkiye Türkçesi Ağızları Sözlüğü, t.y.). Kavramsal olarak "arz ve talebin düzenli bir şekilde karşılaşması" anlamına gelirken, mekânsal bir adlandırma ile "alıcı ve satıcının karşılaştığı yer" ifade etmektedir (Aliağaoğlu, 2013: 45). Bulunduğu bölgenin özel adı dışındaki pazar adlandırmaları, çoğunlukla mevcut

pazarın kurulduğu yer ve zaman ile ilgilidir. Örneğin; pazar pazarı, çarşamba pazarı, açık pazar, kapalı pazar. Bunların dışında pazar adlandırmalarının daha çok pazarda satılan mala göre yapıldığı görülmektedir.

Bağlamsal olarak pazarlar ele alındığında, pazarlar belirli bir mekânda, belirli bir zamanda, satıcı ile alıcının buluştuğu alışveriş mekânlarıdır. Pazarlar, kamusal alanlardır ve kentin kimliğini yansıtır. Mekânın yapısal özellikleri incelenirken, pazar mekânının yapısalılığı iki bakımdan ele alınmalıdır. Bunlardan ilki mekânın dış mekân özellikleri bakımından yapısıdır. Dış mekân özellikleri bakımından pazarlar, “açık pazarlar” ve “kapalı pazarlar” olarak iki gruba ayrılır. Açık pazar; “Kurulum yeri açık alan olan pazarlar” ve kapalı pazar; “Kurulum yeri kapalı alan olan pazarlar” şeklinde tanımlanabilir. Geleneksel olarak açık alanlara kurulan pazarların büyük bir çoğunluğu, 21. yüzyılda özellikle kent merkezlerinde bağlı buldukları belediyelerce pazarların mekânsal kalitesinin artırılması, hijyen koşullarının sağlanması, pazar sakinlerinin her tür hava koşulunda daha rahat alışveriş yapabilmesinin sağlanması amacıyla kapalı alanlara dönüştürülmektedir.

Pazarların ikinci bir mekânsal yapı özelliğini içyapısı oluşturmaktadır. Her pazarın kendi içyapısal özelliği bulunmakla birlikte, genel olarak pazarlar kendi içinde dört veya beş bölüme ayrılmaktadır. Pazarlarda genel olarak kıyafet ve yiyecek kısımları iki ayrı bölüm oluşturur. Bunlar arasında ise daha ziyade hırdavatçıların, manifaturacıların, züccacıların, kuru bakliyat ve kuruyemişçilerin yer aldığı görülür. Sebze bölümüne yakın bir kısımda balıkçıların tezgâhları bulunur. Eğer iklim koşulları uygunsa balıkçıların hemen yakınında canlı çiçeklerin satıldığı bir yer bulunur. Pazarların girişinde kavun, karpuz, patates, soğan tezgâhları gibi daha çok ağır ürünlerin yer aldığını görmek mümkündür (Tunçel, 2003: 58-59). Yapısal olarak pazarların iç mekân şeması rastlantısal bir şekilde oluşmamıştır. Kullanım rahatlığı, alışveriş geleneği, tüketim alışkanlıkları gibi pek çok kültürel özellik dikkate alınarak bu düzenler ortaya çıkmıştır.

Pazarlar, kurulum yerine ve arz eden insan kitlesinin ihtiyaçlarına bağlı olarak farklı kurulum zamanlarına sahiptirler (Tunçel, 2009: 40). Kurulum zamanları bakımından en yaygın ve sıklıkla kurulan pazarlar, haftalık pazarlar veya diğer bir deyişle semt pazarlarıdır. Bu pazarlar her hafta aynı gün ve aynı yerde kurulan pazarlardır. Pazarların kurulum günlerinin tercihinde yöre insanının mensup olduğu semavî dinin ve nüfusun büyüklüğünün etkili olduğu görülmektedir. Özellikle din, geçmişten günümüze kadar pazarların kurulum günlerinin belirlenmesinde etkili olmuştur. Osmanlı Devleti döneminde Hristiyanların yaşadığı bölgelerde pazar, Musevilerin yaşadığı bölgelerde cumartesi günleri pazar kurulmamasına dikkat edilirken, Müslümanlar Cuma günlerini

merkezî bir caminin de bulunduğu alanlar için hem ibadet hem de alışveriş günü olarak tercih etmişlerdir. Bununla birlikte alışveriş ve ibadet gününün aynı gün olmasına karşı çıkmış da görülmüştür (Tunçel, 2009: 43).

Haftanın son günü olan pazar günü, adı ile de pazar alışverişine ayrılan haftalık pazarlar için en yaygın olan gündür. Yapılan araştırmalarda pazar gününün çalışan insanlar için tatil günü olmasından dolayı hafta boyunca tüketilecek ürünlerin temin edildiği gün olduğu görülmektedir (Aliğaoğlu, 2013: 52). Özellikle kırsal kesimlerde haftalık pazarların daha çok cuma günleri kuruldukları görülmektedir. Merkezden uzakta yaşayan insanların şehre geldikleri ve dinî ibadetleri gereği cemaat ile buluştukları cuma günleri alışveriş için tercih edilmektedir. Bu özel günlerin dışında haftanın hemen hemen her gününün pazar kurulumu için tercih edildiği söylenebilir.

Haftada birden fazla kurulan pazarlarda, pazarlar arası günlerin eşit olmasına yani salı-perşembe, çarşamba-pazar şeklinde üç-dört gün arayla pazar kurulmasına dikkate edilir. Müşteri profiline göre, pazar alışverişini için gün içi zaman tercihi değişmektedir. Yapılan bir çalışmada bu durum şu şekilde izah edilmiştir; sabah saatleri, günün diğer saatini başka işlere ayırmak isteyenler ve kalabalıktan kaçanların tercih ettiği bir periyoddur. Öğle saatleri, çalışan insanların alışveriş aralığıdır. Akşam saatleri, iş çıkışı pazara uğrama fırsatı bulanlar ve hesaplı fiyatlarla alışveriş yapmak isteyenler içindir. Akşam pazarının toplanma zamanı ise, yoksulları ve bedava alışveriş yapmak isteyenlerin pazar zamanıdır (Özgüç vd, 2000: 50).

Pazarların kurulum zamanlarına bağlı olarak bir diğer pazar türü sezonluk pazarlardır. Sezonluk pazarlar, belirli dönemlerde belirli yerlerde kurulan pazardır. Özellikle yaz aylarında sahil bölgelerinde kurulan turistik eşyalar satılan pazarlar, sezonluk pazarlar için akla gelen ilk örnektir. Turistik pazarlar, turizm sezonunun kapandığı Eylül aylarında bir sonraki sezonda tekrar açılmak üzere kaldırılır. Sezonluk pazarlara bir diğer örnek bayram pazarlarıdır. Her bayram öncesi kurulan bayram pazarları (Tunçel, 2009: 45) ve Kurban Bayramı için kurulan kurban pazarları bu grupta yer almaktadır. Her yıl Kurban Bayramından bir ay kadar önce belediyelerce belirlenen alanlarda kurulan kurban pazarları, bayramın ardından kalmaktadır.

Pazarların kurulum zamanlarına bağlı olarak gün içi farklı saatlerde kurulan pazarlar da bulunmaktadır. Genellikle semt pazarlarının birçoğu bir gün boyunca kurulu kalırken, akşamın geç saatlerinde kaldırılır. Bununla birlikte gece pazarı olarak da adlandırılan yaz sezonunda kurulan turistik pazarlar, geleneksel olarak gündüz saatlerinde kurulan pazarlara, sıcak hava koşulları nedeniyle yeni bir kurulum zamanı kazandırmıştır. Bunların dışında günün sabah veya öğleden sonraki kısmında kurulan pazarlar da vardır. Bu pazarlar

daha az insanın yaşadığı küçük yerleşim birimlerinde görülmektedir (Tunçel, 2009: 41-42).

Bağlamsal olarak pazarlar incelenirken, üzerinde durulması gereken son başlık pazarı toplumsal bir mekân haline getiren insanlardır. Toplumsal mekânların kolektif bir ürün olduğunu ileri süren Henri Lefebvre, “Mekân, toplumsal ilişkileri içerir” demektedir (Lefebvre, 2014: 21, 22-23, 37). Lefebvre’ye göre; toplumsal mekânlarda toplumsal roller bulunmaktadır ve bu mekânlarda “Rol, rol değildir, toplumsal yaşamdır; ona içkindir” (Lefebvre, 2013: 21). Bu açıdan değerlendirdiğimizde pazarlardaki roller; pazarcı, müşteri ve pazar sakinlerinden oluşmaktadır.

“Pazarcı”, Türk Dil Kurumu tarafından hazırlanan Güncel Türkçe Sözlük’te en basit şekilde “Değişik günlerde kurulan pazarlarda mal satan kimse” şeklinde tanımlanmıştır (Güncel Türkçe Sözlük, t.y.). Bu tanım; “haftalık veya sezonluk kurulan pazarlarda tezgâh açarak kendi üretimi olan veya bir başkasından veya halden temin ettiği ürünleri satan kişi.” şeklinde geliştirilebilir. Pazar esnafının büyük çoğunluğu erkeklerden oluşmaktadır (Aliğaoğlu, 2013: 58).

“Müşteri”, Güncel Türkçe Sözlük’te “1. Hizmet, mal vb. alan ve karşılığında ücret ödeyen kimse; 2. Alıcı” şeklinde tanımlanmıştır (Güncel Türkçe Sözlük, t.y.). Pazarlarda müşteriler, doğrudan mal alıcıları olduğu gibi, aynı zamanda eğlence ve vakit geçirme amacıyla pazarı dolaşan, pazarcılardan hiçbir mal almasa dahi, toplumsal olarak pazara hareketlilik katan ve bu esnada hizmet alan insanlardır. Yapılan bir araştırmada toplumsal cinsiyet bakımından pazarlar değerlendirilmiş ve pazar alışverişinin daha çok kadınlar tarafından yapıldığı tespit edilmiştir. Bu durum, kadınların alışverişi sevmesi, gıda ürünlerinin alınmasının daha çok kadınlar tarafından yapılması ve kadınlar için pazarların vakit geçirme amacıyla ziyaret edilmesinden kaynaklandığı tespit edilmiştir (Aliğaoğlu, 2013: 58).

“Pazar sakinleri”; pazarlarda bulunan insanlara hizmet veren çaycı, sucu, dönerci, pilavcı, gözlemeci, tuvalet görevlisi gibi temel ihtiyaçları gidermeye yönelik meslek grupları ve pazarlardaki denetimi ve asayişini sağlayan zabıtalardan oluşmaktadır. Pazarların tamamında tespit edilebilen bu kişiler, pazarlardaki toplumsal rollerini ve görevlerini gerçekleştirmektedir. Bağlamsal olarak kazanılmış olan bu roller içinde müşteriler dışında diğerleri meslekleriyle sosyal hayatlarına da rollerini taşımaktadır.

Pazarların en dikkat çekici özelliklerinden biri kapsamlarıdır. Semt pazarlarında yiyecek, giyecek, aksesuar, canlı hayvan ve çiçek, kozmetik ürün, hırdavat, manifatura gibi pek çok ürün bir arada bulunmakla birlikte, kapsamları bakımından farklı pazarları tespit etmek mümkündür. Bu açıdan pazarlar, “satılan mala” yani kapsamına göre şu şekilde tasnif edilebilir:

## I. Gıdaya Yönelik Pazarlar

**I.1. Meyve-sebze pazarları (semt pazarları);** hemen hemen her semtte haftanın bir ya da iki günü kurulan meyve-sebze pazarları mevsimine bağlı olarak yetiştirilen ürünlerin satıldığı pazarlardır.

**I.2. Organik pazarlar (ekolojik pazar-köylü pazarları):** Genellikle kent merkezinde kurulmakla birlikte turistik bölgelerde de karşılaştığımız organik pazarlar, büyük çoğunluğu yerli üreticiden oluşan pazarcıların organik, yerel ürünlerini satıldığı pazarlardır.

## II. Kıyafet Pazarları

**II.1. Sosyete pazarları:** Genellikle kıyafet ve aksesuar satılan bu pazarlarda ev tekstili ürünlerinden ayakkabıya kadar geniş bir ürün grubunu bulmak mümkündür.

**II.2. Kıyafet pazarları:** Hemen her semtte kurulan ve ağırlığında meyve-sebzenin oluşturduğu semt pazarlarının bir kısmı kıyafete ayrılmıştır. Semt pazarlarının bu kısmı ayrıca “kıyafet pazarı” şeklinde adlandırılır.

**II.3. Turistik eşya pazarları:** Her yıl yaz aylarında sahil bölgelerinde her gün akşam saatlerinde kurulan gece pazarları tamamen turistik amaçla kurulan pazarlardır. Kıyafet ağırlıklı ürün grupları bulunan bu pazarlarda yöreye özgü süs eşyaları ile yiyecek ve içecekleri de bulmak mümkündür.

## III. Hayvan Pazarları

**III.1. Kurban pazarları:** Kurban Bayramı’nda kesilecek hayvanların satıldığı kurban pazarları, bayramdan yaklaşık olarak bir ay öncesinde kurulup bayram sonunda kaldırılan dönemlik pazarlardandır. Büyükbaş ve küçükbaş hayvanların satıldığı bu pazarların yerleri, belediyelerce önceden belirlenen alanlardır.

**III.2. Kuş pazarları:** Kanatlı hayvanların satıldığı veya değiş tokuşlarının yapıldığı kuş pazarlarında, değişik kümes hayvanlarını ve güvercin, muhabbet kuşu gibi kuş cinslerini bulmak mümkündür.

**III.3. Balık pazarları:** Genellikle “mezat” olarak adlandırılan balık pazarları, özellikle deniz kıyısındaki ilçelerde çok yaygındır. Haftanın her günü sabah saatlerinde kurulan mezatlarda açık arttırma usulü balıklar satılmaktadır.

## IV. İkinci El Ürün Satan Pazarlar

**IV.1. Bit pazarları:** En bilinen ikinci el eşya satılan pazarlardır. Bu pazarların en önemli özelliği kullanılmış ürünlerin satılmasıdır. Fakat genellikle pazar



günleri kurulan bu pazarlarda kullanılmamış yeni ürünleri de bulmak mümkündür. Bu pazarlarda ürün çeşitliliği oldukça fazladır. Hırdavat malzemelerinden, kıyafet, mobilyaya kadar hemen hemen her ürün bir pazarlarında bulunur.

**IV.2. Antika pazarları:** Antika pazarları, antika değeri olan veya antikalaşması muhtemel olan özel eşyaların satıldığı ve ilgili müşterilerini bulduğu özel pazarlardır.

**IV.3. Araba pazarları:** İkinci el arabaların satıldığı pazar, genellikle pazar günleri açık alanlarda kurulur. Kendi arabasını satmak veya takas etmek isteyenlerin geldiği bu pazarlarda, araba galericilerinin de arabalarını getirdiği görülmektedir.

Yukarıda belirlediğimiz pazar türleri, pazarda satılan malın türüne göre belirlenmiş olup, belirli bir tür malla özdeşleşmiş, bir anlamda “müstakil” pazarların sınıflandırılmasıyla oluşturulmuştur. Geçmiş dönemde toplumun ihtiyaçlarına bağlı olarak odun pazarı, saman pazarı gibi müstakil pazarlar da bulunmaktadır. Bunun yanı sıra satılan mala, yani kapsamına göre değerlendirildiğinde bölgesel olarak çeşitlenen ve talep edilen ürünler yeni pazarların oluşumuna neden olmaktadır. Bir başka deyişle bu tasnif denemesi geliştirilmeye açıktır. Burada dikkat çekmek istediğimiz bir başka pazar türü, insan pazarlarıdır. Ülkemizde insanların satılan mal konumunda olduğu köle pazarları bulunmamaktadır. Bununla birlikte özellikle inşaatlarda, nakliyat işlerinde, tarım işçiliğinde bedensel olarak çalıştırmak amacıyla işçilerin bulunduğu yerler “amele pazarı” olarak adlandırılmaktadır. Günümüzde gittikçe azalan bu mekânlar, genellikle bir kahvehane ve çevresinde sabah saatlerinde gündelik harçlık karşılığında çalışmak isteyen insanların bulunduğu yerlerdir. Sigortasız işçi çalıştırmanın yasak olması neticesinde kanunî olarak hiçbir geçerliliği olmayan bu pazarlar daha ziyade hizmet alımı olarak düşünülmüş ve tasnife dâhil edilmemiştir.

Pazarların kapsamı, pazarcıların bağlamsal yapısını da doğrudan etkilemekte, pazarcı ve müşterilerin niteliklerini değiştirmektedir. Bu nedenle yapılacak çalışmalarda pazarların kapsamı mutlaka değerlendirilmeye ilk olarak ele alınmalıdır. Örneğin “organik pazar” olarak adlandırılan pazarlar için kullanılan bir diğer ad “köylü pazarı”dır. Bu durum ürünlerin yerli üreticiler tarafından organik yöntemlerle yetiştirildiğine vurgu yapmaktadır. Bu pazarlarda müşteri olarak bulunan kitle de organik tarıma ve sağlıklı yaşama önem veren insanlardan oluşmaktadır.

Toplumsal hayatta önemli bir yer işgal eden pazar, pek çok işlevi yerine getirmektedir. “İstihdam, ucuzluk, sosyal etkileşim, statü sergileme fırsatı” bu



işlevlerden bazılarıdır (Aliğaoğlu, 2013: 45). Genel pazar tanımında da belirtildiği üzere pazarlar üretici veya satıcı ile müşteriyi birleştiren alışveriş yapılan mekânlardır. Bu bakımdan pazarların birinci işlevi alışveriş ortamı sunmasıdır. Pazarlar bulunduğu semtin, şehrin ekonomisini canlandırır. Yerli küçük üreticinin esnaf konumunda üretimini nakde dönüştürmesini sağlar. Ayrıca tüketici konumundaki müşteriler taze ve daha ekonomik ürünlere hızlı bir şekilde sahip olur.

Çok sayıda insanın haftanın bir veya birkaç günü bir arada bulunduğu pazarlar, ayrıca sosyalleşmenin sağlandığı mekânlardır. İnsanların bir araya gelerek gündemi konuştuğu, tartıştığı bu mekânlar aynı zamanda bilgi edinmeyi ve bilgilerin yayılmasını da sağlamaktadır. Pazarlar, belli bir görüşün veya bilginin yaygınlaşmasında önemli derecede etkili mekânlardır. Bu nedenle toplumsal hareketliliğin sağlanmasında etkin gücü bulunmaktadır.

Farklı sosyal çevreleri buluşturan pazarlar, aynı zamanda kültürel alışverişin gerçekleştiği toplumsal mekânlardır. Farklı bölgelere ait halk bilgisi ürünlerinin paylaşımı, bu ürünlerin yerelden ulusala taşınmasında etkin olur. Aynı zamanda somut olmayan kültürel miras ürünlerinin kullanımı ile bu ürünlerin gelecek kuşaklara aktarımı sağlanır. Bu açıdan pazarlar halk bilgisi ürünlerine yaygınlık ve süreklilik kazandırır.

Türk kültüründe pazar, kamusal bir mekân olmasının ötesinde bir geleneği ifade etmektedir. Toplumun yaşam koşulları, üretim tarzları, tüketim alışkanlıkları, alım-satım usulleri ve bunlara bağlı olarak belirlenen pazarların türleri, pazar yerlerinin tercihi, pazarların kurulum zamanları ve şeması, pazarcılarının gündelik yaşamları, pazarlarda sürdürülen somut olmayan kültürel miras gibi özellikleri bir bütünün parçaları olarak değerlendirildiğinde, pazarların geleneksel özellikleri ortaya çıkmaktadır. Bölgesel farklılıklarla birlikte Türkiye’de pek çok pazarın dua ile kurulması veya o gün toplu pazar duasının yapılması gibi uygulamalar günümüzde sürdürülen gelenekler arasındadır (Burdur’da “Pazar Duası” Geleneği, 2018; Ege Otlarının Mabedi, 2013).

Pazarların mekânsal olarak içyapısından bahsederken üzerinde durulan pazar şemaları geleneksel alışveriş kültürünün ve toplumsal tüketim alışkanlıklarının bir ürünüdür. Buna bağlı olarak üzerinde durulması gereken bir diğer unsur müşterilerin pazar rotalarıdır. Pazar alışverişi sırasında müşteriler belirli bir rotayı takip etmektedirler. Bu rota, pazar şeması tarafından şekillendirilmektedir. Rotanın şekillenmesinde ihtiyaç listeleri etkili olmaktadır. Alışveriş listeleri ile yapılan çalışmalar kadınların alışveriş listelerine uymayıp, erkeklerin eşlerinin hazırladığı listeleri dikkate aldığını söylemiştir (Yaşar vd, 2016: 67). Önceliği sebze-meyve alışverişi olan müşteriler ile kuru gıda ya da giyecek vb. mallara öncelik veren müşterilerin rotaları farklılaşmaktadır.

Pazar alışverişinde alıcının belirlediği rotayı etkileyen bir diğer unsur ise esnaf ve tezgâhıdır. Elbette pazar esnafının yüksek sesle bağıarak malının özelliğini ve fiyatını ya da diğer mallardan farkını belirtmesi müşteriler üzerinde etkili bir pazarlama stratejisidir (Özgüç vd, 2000: 52-53). Bu uygulamaya “çıgırtkanlık” denilmektedir. Pazarcuların çıgırtkanlık yaparak müşterileri tezgâhlarına yönlendirmesi sırasında somut olmayan kültürel miras ürünlerinden sıklıkla yararlandığı görülür. Çıgırtkanlık yaparken pazarcular, maniler, tekerlemeler, türküler, atasözleri ve deyimler gibi halk bilgisi ürünlerini sıklıkla kullanılır. Bunların haricinde şarkı sözleri veya güncel ifadeler gibi popüler kültür ürünlerinin kullanılması da söz konusudur. Tüm bu sözlü kültür ürünlerinin kullanımı, toplumsal tecrübe ve beğeni ürünü olan tescillenmiş sözler ile dikkati çekmenin yüksek oranda başarı sağlamasından kaynaklanmaktadır.

Pazar müşterilerinin pazar rotalarını belirleyen bir diğer unsur, daha önceden alışveriş yapıp memnun kaldıkları esnafın tezgâhlarına uğrama vefasıdır. Bu nedenle Pazar geleneğinde dikkati çeken en önemli unsur, tezgâhın her iki tarafı için geçerli olan güven duygusudur. Pazarda belirli bir rotayı takip etmek ve aynı mallar içinden yapılan seçimde; fiyat ve kalite gibi ekonomik değerlere bağlı parametreler yanında tanıdık esnaf gibi bir parametrenin de etkili olması, pazarda alışveriş etme geleneğiyle ilişkilidir. Tanışıklık ve tecrübe etmek güven zeminini oluşturur. “Müşterinin güvenini kazanmak ve kaybetmemek” pazar geleneğinde tezgâhın her iki tarafı için yani müşteri ve satıcı için yazılı olmayan bir kuraldır.

Pazar alışveriş geleneğinin en önemli geleneksel yöntemi pazarlıktır. Pazarlık; “Bir alışverişte tarafların kendileri için en elverişli fiyatı karşısındakine kabul ettirmek amacıyla yaptıkları görüşme” şeklinde tanımlanmaktadır (tdk.gov.tr, 05.05.2018). Müşterilerin pazarcularla karşılıklı görüşerek aynı malı daha uygun bir fiyata veya daha hesaplı bir şekilde almak için yaptıkları sözlü iletişime “pazarlık” adı verilmektedir. Zaman zaman davranışlar ile desteklenen pazarlık geleneği, kültürümüzde bir mekân olarak pazarlar ile eşleşen bir gelenektir. Alıcı ile satıcının el ele tutuşarak karşılıklı olarak fiyat söyleyerek ortak bir noktada birleşmeye dönük tokalaşma hareketleri pazarlık geleneğinin davranışsal bir göstergesidir.

Toplumsal cinsiyet açısından pazarları sorgulayan çalışmalar, pazarlardaki rollerin toplumsal cinsiyete göre dağılımını ve buna bağlı olarak geleneğin sürdürülmesini ortaya koyabilir. Konuya toplumsal cinsiyet açısından yaklaşan çalışmalar erkek ve kadınların farklı pazar geleneklerine sahip olduklarını ortaya koymaktadır (Aliağaoğlu, 2013: 58).

21. yüzyılda değişen yaşam tarzına bağlı hızla küreselleşen ve bu esnada yerel olan değerlerin kaybedildiği bir dünyada, pazarlar da bir değişim ve dö-

nüşüm geçirmektedir. Bununla birlikte yapılan çalışmalar insanların ihtiyaçlarına göre market, mağaza, AVM gibi yeni alternatif alışveriş mekânlarının üretilmesine rağmen geleneksel alışveriş mekânları olan pazarlar günümüzde hâlâ büyük ilgi görmektedir (Akçi, 2015: 232). Bu durum pazar alışverişinin toplumsal alışkanlıkların, gündelik hayatın ve kültürün bir parçası olmasından kaynaklanmaktadır. Turizm için hazırlanmış kent rehberlerinden seyahat tavsiyelerine kadar herkesin yönlendirdiği geleneksel mekânlardır pazarlar. “Sakin ha pazarına uğramadan gelme” (Hizmetli, 2012: 13) veya “orada X pazarı var, mutlaka uğra” şeklindeki ifadeler, aslında kenti ve kentin insanını tanımaya dair en belirgin ipuçlarıdır. Bu nedenle pazarlar, bir kenti ve o kentin insanının kimliğini en iyi yansıtan kültürel unsurlardan biridir.

## SONUÇ

Türk kültüründe pazarlar; bağlamsal, yapısal, içeriksel ve işlevsel özellikleri ile kamusal bir mekân olmasının ötesinde bir geleneği ifade etmektedir. Köyden kente gündelik hayatın bir parçası olan pazarlar, toplumun yaşam koşulları, üretim tarzları, tüketim alışkanlıkları, alım-satım usulleri ile şekillenmektedir. 21. yüzyılda değişen kent tasarımları geleneksel olarak açık alanlarda kurulan pazarları kapalı mekânlara taşımaktadır. Pazar geleneği zamanın koşulları ve insanların tercihleri gereği hızlı bir değişim geçirmektedir. Özellikle büyük şehirlerde değişen yaşam tarzı, insanların alışveriş mekânlarını açık alanlarda kurulan pazarlardan kapalı veya açık mekânlar şeklinde tasarlanmış alışveriş merkezlerine dönüştürmektedir. Bununla birlikte bu durum haftalık veya sezonluk olarak kurulan pazarları olumsuz yönde etkilememekte, aksine pazarların çeşitlenmesine ve günümüz toplumunun sosyal ve ekonomik durumuna uygun hale gelmesine neden olmaktadır. Bu durum pazar ve pazar çevresinde sürdürülen geleneğin gücünden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle kent folkloru alanında yapılan çalışmaların önemli bir yol aldığı 21. yüzyılda, kent ve kentli kimliği kurulurken halk bilimi alanındaki çalışmalara pazar merkezli çalışmaları eklemek gerekmektedir. Pazar odaklı çalışmalarda mekân-zaman-insan ölçeğinde gelenek; üretim-tüketim alışkanlıkları, alışveriş geleneği, toplumsal mekân algısı ve toplumsal rollerin yanı sıra toplumsal tecrübe ve tercihlerin oluşumu açısından sorgulanmalıdır.

## KAYNAKÇA

- Akçi, Y. (2015). Alternatif Alışveriş Mekânı Olan Geleneksel Semt Pazarlarının Yapısı, İşleyişi Ve Sorunlarının İncelenmesi (Adıyaman Örneği). *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (17), 229-247
- Aliağaoğlu, A. (2012). Balıkesir Şehrinde Haftalık Pazarlar: Çekicilikler ve Sorunlar. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17 (27), 43-72.
- Burdur'da "Pazar Duası" Geleneği 42 Yıldır Sürüyor. (16 Şubat 2018). 08.10.2018 tarihinde <https://www.trthaber.com/haber/yasam/burdurda-pazar-duasi-gelenegi-42-yildir-suruyor-351144.html> adresinden erişildi.
- Ekici, M. (2000). Halk, Halk Bilimi ve Halk Bilgisi Üzerine Bir Deneme. *Milli Folklor*, 6 (45), 2-8.
- Ege Otlarının Mabedi Tire Salı Pazarı. (03.05.2013). 08.10.2018 tarihinde <https://www.sabah.com.tr/aktuel/2013/05/03/ege-otlarinin-mabedi-tire-sali-pazarı> adresinden erişildi.
- Güncel Türkçe Sözlük. (t.y.). 05.05.2018 tarihinde [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr) adresinden erişildi.
- Hizmetli, M. (2012). *Tarihte Şehir ve Pazar*. Ankara: Araştırma Yayınları.
- Lefebvre, H. (2013). *Gündelik Hayatın Eleştirisi I*. Çeviren: Işık Ergüden, (2. baskı), İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Lefebvre, H. (2014). *Mekânın Üretimi*. Çeviren: Işık Ergüden, İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Mortan, K., Küçükerman, Ö. (2011). *Çarşı, Pazar, Ticaret ve Kapalıçarşı*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Özgüç, N., Mitchell, A. (2000). Şehirlerin Alternatif Alışveriş Mekânları: İstanbul'da Haftalık Pazarlar, *Tasarım-Kuram Dergisi*, 2, 35-58.
- Tunçel, H. (2003). Anadolu Şehirlerinde Semt Pazarları: Elâzığ Örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (1), 49-70.
- Tunçel, H. (2009). Geleneksel Ticaret Mekânı Olarak Türkiye'de Haftalık Pazarlar. *eJournal of New World Sciences Academy*, 4 (2), 35-52.
- Türkiye Türkçesi Ağzları Sözlüğü. (t.y.). 05.05.2018 tarihinde [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr) adresinden erişildi.
- Yaşar, E., Özçelik, Ö., Er, İ. (2016). *Pazarlardaki Tüketici Profili Araştırması Kütahya Semt Pazarları Örneği*. Kütahya: Academia Yayınevi.

# WATTPAD ROMANLARINA İLK GENÇLİK EDEBİYATI AÇISINDAN BİR BAKIŞ

## A Look from Early Teen Literature Point to Wattpad Novels

Gönderim Tarihi: 13.04.2018

Kabul Tarihi: 16.11.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492909

Ertan ÖRGEN\*  
Büşra GÜNEŞ\*\*

**ÖZ:** Dünyada büyük ilgi gören wattpad isimli web sitesi aynı şekilde Türkiye’de de yoğun olarak takip edilmektedir. Burada daha çok ilk gençlik çağındakiler, hikâyeler yayınlamakta ve okunma sayılarına göre bu metinler dikkat çekmektedir. Çok ciddi bir satış grafiği yakalayan Wattpad kitaplarının basım macerasının başlangıcı bu şekilde olmaktadır. Aynı yaş grubu yazarların aynı yaş grubu okurlara seslenen bu metinleri, 13-17 yaş aralığı diye tespit edebileceğimiz ilkgençlik çağı edebiyatı olarak nitelenebilecek düzeyde midir? Bu soruya cevap bulabilmek için Wattpad kitapları içinden satış sayısı yüksek olan üçünü seçerek belli altbaşlıklar hâlinde değerlendirmeye çalıştığımız bu yazıda, ilk gençlik çağı metinlerinin özelliklerine, Wattpad’in genel özelliklerine değindik. Büşra Küçük, Alya Öztanyel, Emine Can adlı kişilerin kitapları seçildi. Bu kitapların tema, olay kurgusu, kişileri değerlendirildi. Ayrıca bu kitaplardaki etkileri açık olan diziler ve filmlerle bağlantıları ortaya çıkarıldı. İncelememiz sonucunda bu kitapların çok satmasına karşılık edebi değerinin zayıf olduğu, çeşitli dizilerden ve filmlerden esinlenme bir olay örgüsü taşıdığı, kişilerin tipler halinde çizildiği ve verilen mesajların bu yaş grubu için uygun olmadığı açıkça görülmektedir. Amatör yazarların desteklenmesinin yazma ve edebi üretim açısından önemli olduğu ama çok satmaya yönelik fazla hayalci ve esinlenme dolu üretimlerin onları yanlış yönlendirdiği bir sonuç olarak öne çıktı.

**Anahtar Kelimeler:** Wattpad Kitapları, İlk Gençlik Edebiyatı, Büşra Küçük, Alya Öztanyel, Emine Can.

\* Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi/ Necatibey Eğitim Fakültesi/Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü/ Türkçe Eğitimi Anabilim Dalı, eorgen@hotmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-8805-2969

\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Türkçe Eğitimi Anabilim Dalı, busra.kurt.93.1628@gmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0003-1362-5280

**ABSTRACT:** The website watsapp which draw interest in world also being followed very intense in Turkey too. In these site mostly people in early teen ages, publish storie sand it attracts peoplefor numbers of views in that stories. The story of watsapp boks which gets a serious sell chart begins like that. Is these texts of same age group writers addressing same age group readers, in the level of attribution to call them 13-17 age range early teen literature. To find answer of this question we have tried toe valuate in some certain under title in this article, we have picked the best seller 3 of watsapp boks in high selling char tand characteristic of early teen literature with watsapp's general speciality. Büşra Küçük, Alya Öztanyel, Emine Can are the people who's boks have been choosed. These book's themes, people and plot has been evaluated. Be sides conneciton of series and films which have bare effects on these boks revealed. As a result of our examination we have found that literary value of these booksare very low despite the yare soldtoomuch, books has inspirational plots from series and films, people in boks are drawn as general persons and messages of these booksare not suitable fort hisage of groups. Supporting amateur writers are important from point of writing and literate production but generating boks which are aimed at selling too much is dreamyand full of inspiration so this is guiding them wrong.

**Keywords:** Watsapp Books, Early Teen Literature, Büşra Küçük, Alya Öztanyel, Emine Can.

## GİRİŞ

Yetişkin edebiyatı ile çocuk edebiyatı arasında kalan ilk gençlik edebiyatı, ait olduğu yaş grubu gibi bir geçiş özelliği taşır. Böyle ayrı bir tanımlama yapılması ne kadar gereklidir ve çocuk edebiyatından farklı mıdır, diye sorgulandığında bu yaş grubunun büyüme evresi ve psiko-sosyal özellikleri dikkate alındığında bunun gerekli olduğu ortaya çıkar.

İlk gençlik dönemi, yaygın karşılığı olan ergenlik kavramıyla ele alınmaktadır. Genel olarak gelişim psikolojisi ve psikanalizm kuramcıları, bu yaş aralığını 12-18 şeklinde belirler ve buna fiziksel, bilişsel, psiko-sosyal ve psiko-seksüel açılardan yaklaşırlar (Yörükoğlu, 2007). Ergenlik dönemi yoğun fizyolojik ve hormon değişikliği yaşanan bir dönem olarak kızlarda 11-12, erkeklerde 13-15 yaş aralığını kapsar (Senemoğlu, 1997). Bedende meydana gelen değişim bunun başlangıç noktasıdır. Aynı yaş aralığında bilişsel olarak soyut işlem evresine geçilir ve ergen çok yönlü, analitik düşünmeye başlar. Hatta bir yetişkin kadar düşünme sistematığı oluşur. Özellikle burada sanatın, edebiyatın çok boyutlu ve soyut düşünme kapasitesini geliştirdiğini unutmamak gerekir. Bilişsel gelişimin ulaşacağı üstünlük, hayatı tanımlama ve güzelleştirme ile ilişkilidir. Psiko-sosyal gelişimde ciddi bir rol karmaşası ortaya çıkar. Bu sebeple ergenlik ya da ilk gençlik büyümenin en buhranlı dönemidir. Anlatmak ve anlaşılacak problemi diye özetleyebileceğimiz bu geçiş sıkıntısında özdeşlik kurulacak örnekler aranır.

12-18 yaş aralığındaki fizyolojik ve psikolojik değişimler nedeniyle ilk gençlik edebiyatı da bu yaş grubunu kapsar. Sınır tam olarak konulmasa da bunu

çocukluğun bitişi olarak 13 yaş ve gençlik döneminin başlangıcı 17 yaş arasına çekmek mümkündür. Çünkü zihinsel sorgulama, kendini ifade etme isteği, özdeşlik kuracak bir model arama bu yaş aralığında tipik bir özelliktir. Çocuk edebiyatında olduğu kadar ilk gençlik edebiyatını sınırlayacak biçim ve içerik araştırmaları çok olmadığı için genelleme kabilinden tespitler yapılagelmiştir. Bazı ilk gençlik kitapları ve bu türde kitap yayın evi görüşmelerinden elde edilen bilgilere bağlı olarak bir tanım ve kapsam oluşturma adına şu özellikleri dikkate sunabiliriz:

1. İlkgençlik kitaplarının tasarımında çok soyut resimler içeren kitap kapakları kullanılmaması, kitap adlarının renkli ve kabartmalı biçimde yazılması, macera kurgusu bulunan kitaplarda harita, bulmaca gibi resimlere yer verilmesi (Can Çocuk Yayınları, Türkiye İş Kültür Yayınları), özellikle okur kitlesinin arka kapak yazılarından etkilendiği ve en çok gençlik serilerinde bunun dikkat çektiği (April Yayıncılık) görülmektedir.
2. Dil açısından kelimelerin mecaz anlamları kullanılabilen ve sözcük sayısı doğallıkla artmaktadır. Yaş aralığına seslenen bazı bilimsel terimlere özellikle yer verildiği, popüler tüketimi yansıtan kelimeleri ve kısmen argoyu tercih ettikleri öne çıkmaktadır.
3. Eserlerin konuları aile, arkadaşlık, toplum ilgileri, sevgi, aşk, tarih ve siyaset olarak belirlemektedir.
4. Tür olarak macera, fantastik ve bilimkurgu öne çıkmaktadır (Gazioğlu, 2015).

Elbette yayınevleri açısından durum piyasa ile ilişkilidir. Ancak ilgili eserlerin, eğitim değerleri açısından okullardaki eğitimi desteklemesi, yurt ve dünya sevgisi taşıması, iyi örnekleri özendirilmesi, okurların hayal güçlerini ve estetik duygularını geliştirmesi, sağlam ve tutarlı bir olay akışı taşıyan kurguların bulunması, okurun kelime hazinesini geliştirmesi gibi temel nitelikleri taşıması beklenir.

Bu kapsam ile Wattpad romanları arasındaki ilgiyi tartışacağımız bu yazıda, genellikle yetişkin yazarların kaleme aldıkları ilk gençliğe hitap eden eserler yerine aynı yaş grubunun yazdığı ve aynı yaş grubu okurların ilgi gösterdiği metinleri görmüş olmaktadır. Elbette edebiyatta birçok yazar ve şairin ilk eserlerinin yazılması itibarıyla erken yaşlar söz konusu olmuştur. Ancak günümüzde bunun yaygınlaşması ve neredeyse tek tipleşmesi nedeniyle bir incelemenin yapılması tespit ve eleştiri noktasında gerekli görünmektedir.



## Wattpad Nedir?

Wattpad, resmi internet sitesinde “insanların hikâye anlatımı konusunda sevdikleri her şeyi alıp aktif bir sosyal deneyime dönüştüren ücretsiz bir web sitesi uygulamasıdır” şeklinde tanımlanmıştır (Wattpad About, 2017). Bir başka tanımla Wattpad, yazabilenlerin makaleler, şiirler, hikâyeler paylaşabileceği ücretsiz bir okur-yazar platformudur. Bir elektrik mühendisi olan Allen Lau ile bilgisayar mühendisi arkadaşı Ivan Yuen ortaklığında 2006 yılında kurulan Wattpad, Kanada merkezli bir oluşumdur (Wattpad Press, 2017). Sadece bir mail adresi ve şifre oluşturarak siteye üye olunabilir. Aktif kullanıcılar format gereği hikâyelerine her hafta yeni bölümler koyarak tefrika halinde yayınlarlar (Akverdi Denктаş, 2015). “Keşfet” bölümünden kitabın ismini yazarak okumak mümkündür, bütün kullanıcılar hikâyelere yorum yaparak ve oy vererek katkıda bulunabilirler, oy verme işlemi, kitap ara yüzünde bulunan yıldız simgesi ile yapılır ve web sitesinin bağlantılı olduğu gruplara da katılma imkânı vardır.

Kuruluşundan bu yana 375 milyondan fazla hikâyenin yayınlandığı Wattpad günümüzde 50’den fazla dilde desteklenmektedir. Son verilere göre uygulamanın mobil cihazlar üzerinden kullanımı %90’a ulaşmıştır. Ayda 55 milyondan fazla kullanıcı 15 milyardan fazla dakikasını bu platformda harcamaktadır (Wattpad Press, 2017). Kullanıcıların oturum başına harcadıkları süre 30 dakikadan fazladır. 130 binden fazla günlük kayıt yapılmaktadır (Wattpad Business, 2017).

Wattpad’in kurucularından Allen Yau “Gutenberg matbaayı beş yüz yıl önce icat etti ve artık bu buluşun emekliye ayrılmasının zamanı geldi. Biz kitapların bir sonraki neslini yaratmak istiyoruz”, “Son yıllarda müzik ve videonun dijitalleşmesine ve internet üzerinden paylaşılmasına tanıklık ettik ama aynı şeyin kitaplar için yapıldığını görmedik” sözleriyle dijital teknolojiye vurgu yapar (Akverdi Denктаş, 2015). Ivan Yuen ise “Wattpad’i kendi ihtiyaçlarımız doğrultusunda yarattık. Ben çok okuyan biriğim ama yanımda bir sürü kitap taşımak hiç pratik değil. Bu yüzden ilk başta hedefimiz internet üzerinden kitap okuma uygulaması yaratmaktı” (Akverdi Denктаş, 2015) açıklamasını getirir. Akıllı telefonların yaygınlaşması ve Red Flame adlı kullanıcının sitenin ilk orijinal hikâyesini yayınlamasıyla kurucuların aklına siteyi sadece okuma odaklı değil aynı zamanda amatör yazarların hikâyelerini paylaşabileceği bağımsız bir platform haline getirme fikri gelir (Akverdi Denктаş, 2015). Sitenin sosyal yönlerini güçlendiren özellikler de (yorum yapma, takip etme, beğenme) eklenince Wattpad popüler hâle gelir (Akverdi Denктаş, 2015). Günümüzde kullanıcıların takibinin yanında yayınevleri de bu platformu yakından takip etmektedir. Onların, okunma, yorumlanma ve beğenme sayısı fazla olan hikâyeleri kitaplaştırmaları Wattpad’in popülerleşmesinde etkili olmuştur.

Tüm sosyal medya platformlarında olduğu gibi Wattpad'in de ciddi sıkıntı taşıyan tarafları vardır. Aktif bir üye olan "darkangelhome" adlı kullanıcı, Wattpad'in en büyük eksikliklerinden birinin üye olanlara bir yaş sınırının getirilmemesi olduğunu ileri sürüyor (darkangelhome, 2015). Sitenin, gençlerin kitap okuma alışkanlığı kazanması açısından faydalı bir girişim olduğunu savunan kullanıcı, özellikle cinsel şiddet içeren sahnelerin doğru bir idrak ve davranış geliştirmedigine vurgu yapıyor. Örneğin tecavüzcüsüne âşık olan, kendisine işkence eden bir adamın "Sana benden başka kimse zarar veremez" lafını "cool" bulan 12 yaşındaki çocukların zihin karışıklıklarına dikkat çekiyor. Bu açıdan Wattpad'in kontrol sisteminin zayıflığı, zararlı içeriklerin yaygınlaşmasına neden olmuştur. Bu duruma bir çözüm olarak "şikayet et" butonu konulmuş, ancak bu tür uygunsuz hikâyeler, İngilizce bilen birileri tarafından şikayet edildiği takdirde silinebiliyor ya da sakıncalı bölümler düzeltilirebiliyor.

### Türkiye'de Wattpad

Türkiye, Wattpad'i, ABD, Hindistan ve Filipinler'den sonra en çok kullanan (Aktaş Salman, 2015) kitleye sahiptir. Wattpad'in Türkiye'de geniş bir coğrafyaya yayıldığını söyleyen Yeliz Kuşçu Kıyak, "Dijital Fırtına: Wattpad" adlı makalesinde şu bilgileri paylaşmaktadır: "Ağırlıklı olarak İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Bursa, Antalya, Konya, Kayseri, Samsun gibi kentlerde takip ediliyor. Hatta bu Türkçe hikâyeler Orta Asya Ülkeleri (Azerbaycan, Özbekistan, Kazakistan) ile Avrupa (Almanya, Fransa, Avusturalya ve İsviçre) gibi coğrafyalarda da takip ediliyor." (Kıyak, 2015).

Wattpad kitaplarının ülkemizde yaygınlaşmasında büyük rol oynayan Epsilon Yayınevinin genel yayın yönetmeni Meltem Erkmen, "Bastığımız kitapların okuyucularını 13-20 yaş arasındaki genç kızlar oluşturuyor. Bu kitaplar bu kadar seviliyor çünkü gençler birbirlerinin dilini, üslûbunu, beklentilerini, hayallerini çok iyi anlıyorlar ve bu açıdan gerek yazılı gerekse sözlü olarak birbirleriyle en doğru iletişimi kurabiliyorlar. Genç bir yazarın yarattığı karakter, yaşıtı okuyucuların hayallerindeki karakter olabiliyor." (Aktaş Salman, 2015) açıklamasıyla bu yaygınlığın sosyolojisini gösterir.

Türkiye'de Wattpad'den hikâyesi keşfedilip kitap fuarlarında önlerinde uzun kuyruklar oluşturan yazar sayısı her geçen gün artmaktadır. Bunlardan biri olan 1994 doğumlu Büşra Küçük, liseden mezun olduktan sonra yazdıklarını Wattpad'de yayınlamaya başlar. İki yılda 77 bin takipçisi olur ve hikâyesi "Kötü Çocuk" 100 milyon okunma sayısına ulaşır (Küçük, 2017). Ephesus Yayınları tarafından basılan "Kötü Çocuk" 300 binden fazla satar, haftalarca çok satanlar listesinde yer alır, çok geçmeden serinin diğer üç kitabı da yayınlanır. Kitabın filmi de 20 Ocak 2017'de gösterime girer.

Diğer Wattpad fenomeni isimlerden biri de 19 yaşında Alya Öztanyel'in "Karanlık Lise" romanı kısa sürede 12 milyon okunma sayısına ulaşınca Epsilon Yayınevi tarafından, 18 yaşında lise öğrencisi olan Emine Can'ın yazdığı "Alayına New York" romanı da on dört milyonluk okunma sayısına ulaşınca Epsilon Yayınevi tarafından kitap hâline getirilir ve basıldığı ilk haftada yedi bin adet satmayı başarır (Akverdi Denктаş, 2015).

Çocuk ve ergen psikiyatrisi üzerinde çalışan Dr. Neslim Doksat, bu ilgi durumunu, anlatılan hikâyelerin toplumsal normların dışında olmasına bağlar. Bunu, ergenlerin hayal dünyalarının, ruhsal açıdan olgunlaşmadan zihinsel gelişimlerini uyarılar sebebiyle yetişkinlerinkine dönüşmesi olarak görür. Bütün bunların sonucu ise bu tür metinlerin, onların fantezilerini, saldırganlık ve kahramanlık duygularını yaşamalarına izin vermesi olduğunu söyler (Uğraş, 2015).

Türkiye'de yayınevleri bu konuda genç yazar adaylarını destekler mahiyette görüş bildirmektedir. Yazılan metinleri çok başarılı bulan, okur ilgisinden memnun olan bu yaklaşım, edebiyat heves ve yeteneğini besleyen bir motivasyon olarak görülebilir. Ama aynı zamanda bu edebi niteliksizlik ya da yanlış örnekler üzerinden edebiyatın işlevsizleştirilmesi anlamı da taşır. Bu tür kitapların belli bir düzey taşımadığını sadece isimlerinden yola çıkarak görmek mümkündür: *Egoloman, Hayatımın Öküzü, Psikopatın Aşkı, İntikam, Ufaklık, Maftyacığın Aşkı, Manik Yeşili, Aşkı Bilmez, Eros'un Okları*. Bu kitapların genel özelliklerinin altını çizen bir araştırmadaki şu tespit, kitap isimleri ile içeriğin benzerliğini de gösterir: "*Onlar daha çok aşk, çatışma, heyecan, entrika ve macera yazıyorlar. Bunları okumaktan hoşlanıyorlar ama yetişkinlerin hikâyelerini değil, kendi yaşlıları kahramanların deneyimlerini anlatan hikâyeleri okumak istiyorlar. Dünya genelinde de böyle. Ben İngilizce ve Almanca yazan wattpad'cileri de takip ediyorum. Orada cinsel dışavurumculuk biraz daha yüksek.*" (Akverdi Denктаş, 2015).

Bir modadan ibaret gözüken ancak yaygınlığı nedeniyle üzerinde durulması gerekli Wattpad kitaplarından üç örnek üzerinde konu, tema, düşünce, olay örgüsü, merkez kişiler dolayısıyla genel bir tablo çıkartabiliriz. Ayrıca sonuç kısmında bu metinlerin ilk gençlik edebiyatı kapsamında uygunluğunu tartışabiliriz.

## ÜÇ WATPAD ROMANI ÜZERİNE

Büşra Küçük, 65. baskıya ulaşan kitabı *Kötü Çocuk'ta*, anne ve babası ayrı, ergen bir kızın, yeni okulunda babasından intikam almak adına kirli ilişkileri olan Meriç'le ilişkisini anlatır.

Emine Can'ın *Alayına New York* kitabında, ailesini kaybettiği için teyzesi tarafından yetiştirilen Aslı'nın bir değişim programı ile gittiği New York'ta, yarı Türk Max'la ilişkisi ve yaşadıkları şiddetli olaylar yer alır.

Alya Öztanyel'in *Karanlık Lise* kitabında ise ailesini trafik kazasında kaybetmiş olan Güneş, hala ve eniştesiyle yaşayan bir kızdır. Okulundan bir iftira nedeniyle atılır ve Karanlık Liseye gitmek zorunda kalır. Burada tehlikeli bir tip olan Demir'le ilişkisi olur.

Görüldüğü üzere anlatılan konular, lise hayatı ve buradaki bazı gözlemlerden oluşmaktadır. Tabii ki bu gözlemler bazı film, dizi ve kitaplardan gelen hikâye parçalarıyla genişlemektedir.

Tematik olarak gençlik duygularına yaslanan masum kız ve karanlık erkek imajı ile sürdürülen karanlık olay çizgileri aşk üzerinde durur. Ancak bu aşk alışılmış dekorların ve olayların dışında yer altı ve kötülük dolayısıyla kurgulanmıştır.

Düşünce açısından bu kitaplarda felsefi ya da sosyal bir mesaj, doğallıkla yazar adaylarının birikimleri dikkate alındığında söz konusu değildir. Gerçek bir dünyaya abartılı biçimde yerleştirilen hayalleri anlatmakla sınırlıdır.

Bu üç romanda da olay örgüsü birbirine çok benzemektedir.

*Kötü Çocuk*'ta olay halkaları şu şekildedir: 17 yaşındaki Kayla daha önce hiç tanımadığı babasıyla "Melahan" adlı bir şehirde yaşamaya başlar. Kayla, bu yaşına kadar annesiyle kendisini hiç arayıp sormayan babasına çok kızgındır. Hem onları terk edip hem de annesiyle kurdukları dünyadan koparan babasından intikam almak için bir plan yapar. Oldukça zengin olan baba Kayla'yı, Atahan Koleji'ne yazdırır. Daha önce devlet okulunda okuyan Kayla bu durumdan da memnun olmaz. Burada Cansu ve Ömer'le arkadaş olur. Daha ilk günden okulda "burslular" ve "zenginler" ayrımını görür.

Kayla, babasından intikam almanın en iyi yolunun zararlı arkadaşlar edinmek olduğunu düşünür. Böylece babası, onunla baş edemeyecek ve annesine geri gönderecektir. "Kötü çocuk" arayışına girer ve çok geçmeden okulun belalı burslularından Meriç Tuna'yı bulur. Onun peşine düşer, girdiği karanlık ortamlara girer, kendini kabul ettirmeye çalışır. Meriç'le girdiği her ortamda serseriler tarafından sıkıştırılır. Meriç'in onu kurtarmasıyla "Meriç'in kızı" olur. Meriç ile takılan kızlar, onun kızıdır ve genellikle düşmanlarının hedefi olurlar. Meriç bu konuda Kayla'yı uyarır fakat o, bu durumu ciddiye almaz. Bir alışveriş merkezinin terasında iki serserinin tacizine uğrar ve Meriç tarafından kurtarılır. Artık gerçekten Meriç'in kızı gibi davranmak zorundadır. Meriç, kaba, düşüncesiz ve duygusuzdur. Kayla tüm bunlara rağmen ondan hoşlanmaya başlar. Fakat Meriç hakkında bilmediği şeyler vardır. Meriç çocukluğunda babasının annesini aldattığına şahit olmuş, annesinin sinir krizlerine ve psikolojik travmalarına tanıklık etmiştir. Tüm bunlardan sonra kimseye güvenmemeye karar vermiştir. Babası aslında çok zengindir, fakat Meriç

burslu olarak bilinmeyi tercih eder. Onu yalnızlığından kurtaran tek şey resim yapmaktır. Bir resim yarışmasında Kayla'yı çizdiği resimle birinci olur. Meriç yarışmadan sonra Melahan'dan taşınmaya karar verir ancak o da zamanla Kayla'dan hoşlandığı için okuldan birkaç sokak ötede bir çatı katı kiralar. Burası Kayla ile yaşayacakları yer olacaktır ve Kayla'nın ailesi de buna izin verir. Nihayetinde Kayla'yı sevdiğini ona da kendine de itiraf eder.

Emine Can'ın yazdığı *Alayına New York*'ta, küçük yaşta ailesini kaybeden Aslı teyzesi ile yaşamaktadır. Özünde normal bir genç kız olan Aslı, çevresine karşı kaba, haylaz ve daha çok erkeksi görünmeyi tercih eder. Teyzesi, Aslı'nın daha iyi bir eğitim görmesini istediği için onu bir değişim programına yazdırır. Aslı bu programa kabul edilir ve New York'a gider. Orada beraber yaşayacağı ailede anne Emma aslen Türk'tür, eşi Trevor ise Amerikalıdır. Emma'nın önceki eşinden olan oğlu Max şiddet eğilimli, karanlık bir çocuktur. Aslı ile Max başlangıçta anlaşamamaları da zamanla birbirlerinden etkilenmeye başlarlar. Aslı da Max'in gittiği Türk okuluna devam edecektir. Max ile ortak birkaç dersi vardır. Okula başlar başlamaz Max'ten nefret eden tiplerin ilgisini çeker. Bunlardan biri olan Luke, sapıkça tavırlarla Aslı'ya yaklaşır. Sırf zevk için dövümlere katılan Max, Luke ile de dövüşür. Max'in diğer bir düşmanı Jake, kız arkadaşının Max yüzünden intihar ettiğine inanmaktadır. Max'in Aslı'ya olan ilgisini fark eder etmez o da Aslı'nın peşine düşer. O da dövümlere katılır. Tüm bunlar Max ile Aslı'yı birbirlerine daha da yakınlaştırır. Aslı'nın aşkı, Max'i kötülükten uzaklaştırmaya başlar.

Aslı teyzesinin ölümüyle Türkiye'ye dönmek zorunda kalır. Buradaki en yakın arkadaşları olan Eda, Aygül ve Furkan'la Urfa'ya yola çıkarlar. Max ise Aslı'nın peşinden Urfa'ya gelir ve kısa bir süre sonra New York'a geri döner. Max'in annesi Emma, Aslı ve arkadaşlarını New York'a şirketlerinin kuruluş yıldönümü partisine çağırır. Aslında bu bir tuzaktır. Kız arkadaşının ölümüne sebep olduğu için Max'ten nefret eden Jake, Emma ile işbirliği yaparak Aslı'yı kaçırmaya başlar. Max, babasının ölümünde kuşku duyduğu Emma'dan bu son olayla emin olur. Aslı'yı kurtarmaya gelen Max ve ona silahla karşılık veren Jake boğuşurlar. Jake kendini vurur ve ölür. Oyunu ortaya çıkan Emma ise hapse atılır. Kendilerine yeni bir hayat kurmak isteyen Max ile Aslı ise Türkiye'ye dönerler.

Alya Öztanyel'in *Karanlık Lise* kitabında da olayların akışı benzerlik gösterir. Güneş ailesini bir trafik kazasında kaybedince halası ve eniştesiyle yaşamaya başlar. Onlara yük olmak istemediğinden arkadaşı Arda'nın babasına ait bir kafede garson olarak çalışır. Yaşadığı kötü günlerde hep yanında olan Arda ile çok iyi anlaşır.

Güneş ailesini kaybetmeden önce özel bir okulda burslu olarak okumaktadır, fakat yaşadığı üzücü olaylardan sonra dersleriyle yeteri kadar ilgilenemez.

Okulda kendisinden nefret eden Gülçin, sınav kâğıtlarını Güneş'in dolabına saklar ve bu nedenle okulla ilişkisi kesilir. Halasının onu özel bir okula yazdırma imkânı yoktur ve sicilinden dolayı Güneş'i, Atagül Lisesi, diğer adıyla Karanlık Liseden başka okul kabul etmez. Güneş yeni okuluna geldiğinde kapıda dört tane güvenlik görevlisi bulur. Okulun içine girdiğinde ise bunun sebebini anlar. Uygunsuz kıyafetler, tavırlar, bir elinde sigara bir elinde bira olan öğrenciler bunun nedenidir. Durumu yadırgamayı bırakıp bahçeye baktığında dikkatini arkadaş grubuyla oturan siyah saçlı, siyah deri ceketli bir çocuk çeker.

Daha sonra müdürün yönlendirmesiyle sınıfına giden Güneş, tek boş yer olan bahçede gördüğü çocuğun yani Demir'in yanına oturur. Biyoloji öğretmeni-nin verdiği ödev nedeniyle sıra arkadaşı Demir ile daha çok vakit geçirmek zorunda kalacaktır. Demir bu kadar uzun süre vakit geçireceği kızın giyim tarzını beğenmez ve onu ilk günden alışverişe götürür.

Güneş zamanla Esmâ ve Burak'la arkadaşlık yapmaya başlar. Onlar ısrarla Demir'den uzak durması konusunda Güneş'e tavsiyeler verirler. Demir okuldaki kızlarla bir gece geçirip sonra onları arayıp sormamasıyla ün yapmıştır. Atagül Lisesinin en belalı çetesinin elebaşısıdır dolayısıyla karanlık, sert ve ketum bir kötü cocuktur.

Demir'in gizli düşmanı Cenk, sevdiği kız olan Cansu'nun Demir'e olan aşkını kıskanır ve onu devirme planları yapar. Bunun için birçok kez Güneş'i kullanır. Demir, Güneş'i her seferinde Cenk'in ve başka erkeklerin tacizlerinden kahramanca kurtarır. Bu arada Cansu da Demir'i, Güneş'ten kıskanır ve çeşitli planlar yapar. Planları bir şekilde boşa çıkar. Son olarak bin bir emekle hazırladıkları müzikalin senaryosunu sırf Güneş başrol oynuyor diye rakip okullardan birine sızdırır. Kendi müzikallerini başka okuldan izleyen Atagül Lisesi son anda bir senaryo yazıp sahneye çıkar ve başarılı olur. Finale Ankara'ya gitmeye hak kazanan grup yola çıkar. Cansu yine bir plan içindedir ve Demir'den hamile kaldığı haberini yayar. Bunun üzerine Demir, Güneş'ten uzak durmaya karar verir. Fakat ikisi de bunu fazla sürdüremez. Güneş her şeye rağmen Demir'e döner. Cenk, Cansu'nun Demir'den hamile kalmasına katlanamaz ve Demir'i bıçaklamaya kalkışır. Aralarındaki boğuşmaya müdahale eden Cansu, Cenk tarafından bıçaklanır. Aslında Cansu'nun Cenk'in bebeğini taşıdığı da ortaya çıkar.

Tüm bu olaylardan sonra yarışmadan diskalifiye olan Atagül Lisesi geri dönmek zorunda kalır. Cansu iyileştikten sonra Cenk'i tuzağa düşürüp tüm yaptıklarını itiraf ettirir. Demir ve Güneş tam mutlu olacakken Güneş, Demir'in gizemini çözmeye girişir. Demir'in, durumu iyi bir ailenin oğlu olduğu hâlde neden bu okulda olduğunu anlayamamaktadır. Okuldaki sicilini araştırırken



dosyasından çıkan gazete haberinde kendi ailesinin trafik kazasını görür. Ailesine çarpıp ölümlerine sebep olan ve yalnızca Güneş'i arabadan çıkarıp kendisini yalnızlığa sürükleyen kişi Demir'dir.

Görüldüğü üzere bu kurgular, benzer tipler üzerinden benzer olay örgüleriyle popüler olmak adına merak uyandıran birkaç epizotla kurulmuş denemelerdir. Üstelik bu denemeler çoğunlukla aynı kalıpları kullanarak ve televizyon, internet dizilerinden ve çok satan kitaplardan devşirilmiş tip ve olaylarla doludur. Çok basit olan bu kurgularda tipik taraflar şu şekildedir: Ailevi sorunlar dolayısıyla yalnız ve masum bir kız, yeni bir okul, okulda kötü görünen ama insani tarafları zamanla beliren bir erkek çocuk, tesadüflere dayalı tehlikeli birkaç olay ve sonuçta masum kızla kötü ama aslında kısmen de iyi çocuğun birlikteliği örgüsünden ibaret kalmaktadır. İlk gençlik edebiyatı kapsamında olay akışı, metnin rahat anlaşılması bakımından uygundur. Ancak aşırı serbest duygularla ortaya çıkan olay parçaları çok fazla tesadüfe ve hayallere dayanmaktadır. Ayrıca okur kuşağında yanlış algılar oluşturacak gerçek dışı davranışları normal göstermek gibi son derece olumsuz bir kurgu taşımaktadır.

### **Kötü Çocuk-Masum Kız**

*Kötü Çocuk* romanı, Wattpad dünyasında kendisinden sonra birçok hikâyenin devam ettirdiği "bad boy" tipinin ilk belirgin örneğidir. Bad boy hikâyelerinin hemen hepsinde saf ve masum kız çevresindeki belalı, duygusuz ama bir o kadar da yakışıklı çocuğa âşık olur. Başlangıçta kimseye güvenmeyen kötü çocuklar da bu masum kızları korumak zorunda kalır ve sonuçta bu kızlara âşık olurlar.

Kayla'nın kötü çocuk Meriç'e bulaşma sebebi başlangıçta babasından intikam almaktır. Fakat zamanla çocuğun kötülüğü, çekiciliğine bir sebep olarak gösterilir. Meriç'in görüldüğü ilk sahnede bunun işaretleri verilir:

*"Ve işin eğlenceli kısmı, bunu düşünürken (intikamı), köpeğiyle ilgilenen, siyah ve gayet havalı duran saçları şapkasının altında uçuşan, iki kulağı da küpeli, kaşları çatık ve bakışları çok seksi(!) olan çocuğa bakıyor olmamdı. En ufak bir şeyde öfkesini kontrol edemeyip birine yumruğunu indirecek gibi gözükten çocuğun etrafında, köpeğiyle oynayan küçük çocuklar vardı."* (Küçük, 2017: 13).

Meriç'in en büyük marifeti de öfkesini kontrol edemeyip herkese yumruğunu indirmektir. Atahan Koleji belli özellikleri ve ayrışmaları olan bir okuldur ve Kayla, Meriç'le takılmak istiyorsa onların grubuna girmek zorundadır. Meriç'in grubuna girmesi demek, yırtık bir kot pantolon giymek, kuru kafa ya da bir metal grubunun amblemini taşıyan bileklikler takmak, metal müzik dinlemek, bileğine siyah iplikler takmaktır. Gossip Girl'den açıkça esinlendiği be-



lirtilen okulun öğrencilerinden birinin yönettiği dedikodu sitesinde Meriç için soğuk cazibe, kızlarla birkaç kez takılan, sigara içen, tarz tişört ve pantolonlara sahip gibi yakıştırmalar söz konusudur.

Kayla, Meriç'in kızı diye anılmak durumunda kalırken sosyal medya paylaşımları gibi açıklamalar yapar: *"Zayıf davranıyordum. Bir anda içim öz babama karşı öfkeyle doldu. Beni koruyan bir erkeğe bu kadar çabuk güvenmemin ve teslim olmamın bir sebebi de oydu. Deneme yanılma yoluyla, bir erkeğe güvenmenin nasıl bir şey olduğunu öğrenmek yerine, en doğru insana, yani babama güvenerek büyüseydim, bu böyle olmazdı."* (Küçük, 2017: 353).

*Alayma New York'taki kötü çocuk, "meteor" Max ise Türkçesindeki çekici aksanla farklıdır. Dar kesim pantolonu, hafiften görünen sert kasları, açık kumral, sarıya çalan saçları ve yeşil gözleriyle dikkat çekicidir. Uçarı, kavgacı, karşı cins ilişkilerinde duyarsızdır: "Max böyle biri miydi? Her gün başka biriyle olan biri. Tehlikeli düşmanları olan biri. Yasal olmayan yollardan dövüşen biri. İsteddiği zaman kişiliğini saklayan bir maske takan biri."* (Can, 2016: 199).

Kitapta birkaç kez de bu tanımlama sürdürülür: *"Te Allam ya, nedir bu bad boyların küçük kız anlayışı?"* (Can, 2016: 314). *"Şimdi de klasik bad boylar gibi mi davranacaksın? Senden soğumama neden olmaktan başka bir işe yaramaz."* (Can, 2016: 314-318).

Bir bad boyun sahip olması gereken tüm özelliklere sahip Max'in karşısında esas kız da tüm çekici özellikleri taşır. Aslı, "sarışın, masum ama bir o kadar da ateşli..." olarak tasvir edilirken bir yığın da kişilik özelliği de sıralanır: duygusal bir kişilik, her şeyi dalgaya alan umursamaz kişilik, yaşamayı seven kişilik, psikopat kişilik, acıkınca baş gösteren lanet kişilik, itiraza meyilli kişilik, Recep İvedik'i özümseyen asabi kişilik, inek öğrenci kişiliği gibi. Burada yaş açısından ergen psikolojisinin kendi okur grubunu aynı duygu paylaşımıyla etkilemeye çalıştığını tespit ederiz.

Her duruma uygun bir kişiliği olan Aslı'nın girdiği her ortamda tüm erkeklerin dikkatini çekmesi de atlanmamıştır. Öyle ki New York'a gitmesi, Türkiye'deki okulunda en popüler iki çocuğun onun için kavgaya etmesi, aynı şekilde New York'ta da Aslı yüzünden yapılan kavgaların eksik olmaması abartı düzeyindedir.

Diğerleri gibi *Karanlık Lise* de bir bad boy hikâyesidir. Buradaki "saf ve masum kız" Güneş, tıpkı diğer kızlar gibi yanlış liseye gelmek zorunda kalır ve en çekici erkeği görür. Neredeyse diğer kitaplarla aynı birebir sahneler ve tanıtımlar sürer: *"Ortalarında oturan ve ülke ortalamasının fazlaca üstünde bir yakışıklılığa sahip olan siyah saçlı, siyah deri ceketli, kolunda dövmesi olan çocuk, kucağında bir kızla oturuyordu."* (Öztanyel, 2017: 11). Bu siyah saç, siyah tişört, siyah küpe, gizemli kişilik, kaba görünüm tasviriyle sürer. Sigara içmeyi özendiren, onu

kötü çocukların çekiciliğine sebep gösteren satırlar burada da dikkat çeker: Birçok sahnede Demir'in sigara içmesi adeta bir tahrik unsuru olarak öne çıkarılmıştır. *"Fakat Demir'i sigara içerken görmek bende sigara içme isteği uyandırıyor. Herhangi bir sigarayı değil. Onun sigarasın. Şu anda dudaklarının arasında tuttuğu, içine çektiği ve üflediği..."* (Öztanyel, 2017: 40). Yalnızca sigara değil onun gibi birçok yasak ve sakıncalı durumlar Demir ve onun ekibindekiler için oldukça normal karşılanmaktadır. Bu okuldan önce çok parlak bir okulda okuyan ve "masum" oluşu ısrarla tekrarlanan Güneş'in bu tür durumları çok çabuk kabullenmesi hatta bunlardan hoşlanması da gariptir.

Bu erkek ve kız ilişkisinde kuşkusuz 1980 ve 1990'larda yazılan bu yaş grubuna hitap eden romanları aşan çok fazla taraf vardır. Örneğin çok okunan İpek Ongun'un kitaplarındaki cümlelerde konuşma açısından, ilişkiler açısından bir sınır olmasına karşın bu yazar adayları daha sınırsız tasvirler ya da sahneler kurabilmektedir. Bu da ilk gençlik çağı kitapları için yanlış örnekleri özendirici oluşuyla zihinsel ve davranış açısından faydalı sayılamayacak anlamına gelir.

### **Etkilendikleri Dizi ve Filmler**

Bu kitapların bolca yabancı dizi ve filmlerden yola çıktığı açıktır. *Kötü Çocuk'ta*, "Gossip Girl", "500 Days of the Summer", "Sevgililer Günü Katliamı" ve çeşitli vampir film ve dizileri göndermeleri belirgindir. En yoğun "esinlenme" bir vampir serisi olan Alacakaranlık'tandır. Başkarakterimiz Kayla'nın bir anda babasıyla yaşamak zorunda kalması, yerli yersiz göz devirmeleri ve tökezlemeleri, sinirlendiğinde tıslaması, Melahan'ın Forks gibi karanlık ve yağışlı bir şehir olması, Semih ile Meriç arasında gidip gelmeleri (Edward- Jacob) bunlardan bazılarıdır. Küçük, Alacakaranlık'ta vampir olduğu için uçabilen Edward'ın istediği zaman Bella'nın odasına girip onunla uyumasından oldukça etkilenmiş olacak ki Meriç de sıklıkla aynı şeyi yapar fakat nasıl yaptığı hakkında hiçbir açıklama getirmez. Diğer bir esinlenme, 18 yaş ve üzeri kitleye hitap eden "Grinin 50 Tonu" serisindedir. Çoğunlukla cinsellik içeren bu sahnelerde Kayla'nın Meriç'e karşı koyamaması, aralarında saçma sapan anlaşmalar yapmaları, kişilik olarak bazı durumlarda kendini aşağılayıcı durumlara düşürmesi bu ortaklıklardandır. Kitapta yabancı kaynaklı nitelermeler, ünlemlerde göze çarpar: sürtük, fahişe, ucube, lanet olsun gibi. Meriç'in, Kayla'nın babasına beraber yaşamak istediklerini ifade edişindeki rahatlık da yabancı dizilerden gelmedir:

Emine Can'ın kitabı da olduğu gibi vampir serisi Alacakaranlık'a göndermelerle doludur. Diğerlerinden farklı olarak sadece olay örgüsünde esinlenmeler değil durumlarda da özdeşleştirmeler ve benzetmeler mevcuttur. Birkaç örnek verelim:

“*Favori vampirim Edward Cullen’ı kıskandıracak bir hızla banyoya yöneldim...*” (Can, 2016: 27).

“*Bartu ve Max’in arasında oturmuş korku filmi izliyordum. İroniye bak. Jacob ve Edward arasında seçim yapmak zorunda kalan Bella kadar çaresiz hissediyordum kendimi.*” (Can, 2016, 41).

“*Yapma teyzoş, vampir olsam kalbime kazık saplayacak, ne zarar vermemesi.*” (Can, 2016, 136).

Tüm bunların haricinde *Kötü Çocuk* kitabında olduğu gibi olayların akışında da seriden esinlenmeler göze çarpar. Karakterlerin isimleri haricinde başka hiçbir özelliklerinin “New Yorklu” olmaması dikkat çekicidir. Hatta laf yarıştırma oyunlarındaki İngilizce kelimeler haricinde hiç yabancı kelime kullanılmaması ve yer yer Max’in ağzından verilen bölümlerde de Aslı’nın kendi üslubuna devam etmesi bunun sebeplerinden biridir. Max’in Türk erkeğine oldukça yakın kıskançlığı ve sinirlendiğinde ettiği Türkçe küfürler de bunu gösterir. Bir yerde “İsa aşkına” demesi ve yer yer lanet olsunlar savurması haricinde yabancı bir tarafı yoktur.

Alya Öztanyel’in kitabında ana olayın bir vampir dizisi olan “The Vampire Diaries”dan esinlenilmiş olduğu da belirgindir ve hikâyedeki yabancı unsurları açıklar. Kızın ailesini bir kazada kaybetmesi, araçtan sadece onun çıkarılıp kurtarılması, daha sonra âşık olduğu gencin hayatını değiştiren kazanın sebebi olduğunu öğrenmesi, ilgili diziden aynı şekilde alınmıştır. Seri olarak düşünüldüğü için ilk kitap Güneş’in bu gerçeği öğrenmesiyle biter.

İlk gençlik edebiyatında gerçeğin bulunması ve okurun istediği merak ve heyecanı kadar önemlidir. Hayatı nerdeyse fantastik düzeyde tasarlayan bu kişi ve olay kurgusunun gençliği hayat hazırlamada ve kimliğini geliştirmede yarar olmayacağı açıktır.

## SONUÇ

İncelediğimiz üç kitap, konu bakımından aynı olduğu gibi birçok unsuru da benzerlik gösterir. Bu hikâyeler, Wattpad dünyasında bolca okunan türler arasında yer alan bad boy romanlarının hemen hemen en çok bilinen örneklerinden sayılabilir. Bu hikâyelerin çıkış noktaları genellikle vampir filmleri, dizileri, kitap serileri, elli ton romanlarıdır.

Her kitapta gördüğümüz gizemli, hırçın, sert, megaloman ve biraz da sapık olan genç hikâyenin kötü çocuğudur. Çevresinde ona âşık kızlar, karşı konulamaz çekiciliği ve bir sürü düşmanı, zengin oluşu ve hatta resim, müzik gibi özel bir yeteneği ile o, merkezdir. Ancak kimsenin bilmediği bir sırrı da bulunur. Kötü çocuklarda genç kızların hayalini kurduğu prens tipinin değişime

uğradığını “Ne kadar ulaşılamaz, gizemli ve karanlık olursa o kadar çekicidir” mantığının esas olduğunu görürüz.

Esas oğlanın aksine esas kız, masumluluğu ve saflığıyla öne çıkarılır. Başlangıçta oldukça akıllı olmalarına rağmen kötü çocuğun etkisiyle akılları başlarından gider. Genellikle hayatlarında büyük bir değişim yaşayan ve boşluğa düşen kızlardır bunlar. Ya ailelerini kaybetmişlerdir, ya da ailelerinde büyük bir bunalım vardır. Kötü çocukla tanıştıktan sonra tüm doğru-yanlış anlayışlarını kaybederler. Önceden yanlış olarak nitelendikleri her şey zamanla çekici gelmeye başlar. Özellikle kötü çocukların sigara içişi ile ilgili yazılan paragraflar sigarayı özendirir biçimdedir.

Olay örgüsünde konunun rastlantılarla ve kabaca kurulduğu açıktır. Bu basitlik etkilendikleri dizi ve filmlerin yapısını uyarlamakla ilgilidir.

Wattpad’de böyle benzer hikâyelerin yayınlanması bu tür hikâyelerin okunma sayılarındaki inanılmaz yükseliştendir. Yayınevleri kitaplaştıracakları hikâyeleri okunma sayısına göre seçtikleri için yazarlar popüler bir hikâyeyi ufak değişikliklerle tekrar yayınlarlar. Yayınlanan bu ve bunun gibi hikâyelerin tümünde cinselliğin, zararlı alışkanlıkların, yanlış yaşam tarzlarının çekici bir şekilde sunulmasının hitap ettiği on üç - on yedi yaş grubuna olumsuz etkiler bırakacakları açıktır.

Türkçeyi kullanmadaki yetersizlik, dublaj sayılabilecek konuşma biçimleri, edebi bir seviyeye yönelmeyen imajinatif anlatım ya da mecaz eksikliği sanat ve edebiyat zevkinin gelişmesine hizmet etmemektedir. Olumlu yan açısından okuma kültürünü desteklemesinden söz edilebilir. Ancak kötü insan tiplerini özendirilmesi bu olumlu tarafı da yok etmektedir.

Wattpad her ne kadar amatör yazarlara kendilerini ispatlama imkânı sunsa da içerisindeki kontrol sisteminin zayıf olması bu tür hikâyelerin çoğalmasına ve ulaşabilen gençlerin olumsuz etkilenmelerine neden olmaktadır. Her sosyal medya platformu gibi doğru kullanıldığında faydalı olabilecek bu oluşumun içeriğinin düzeltilmesi, daha faydalı eserlerin yayınlanması sadece gençleri değil daha bilinçli yazarları da bu mecraaya yaklaştıracaktır.

## KAYNAKÇA

- Aktaş Salman, U. (2015, 07 30). Aljazeera Turk. 18 Eylül 2017 tarihinde aljazeera Turk.com: <http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/ask-romaninda-wattpad-cagi> adresinden erişildi.
- Akverdi Denктаş, M. (2015, 09 14). Vatan Kitap. 18 Eylül 2017 tarihinde Vatan Kitap: [http://vatankitap.gazetevatan.com/haber/hikayelerin\\_youtubeu\\_\\_\\_/1/24328](http://vatankitap.gazetevatan.com/haber/hikayelerin_youtubeu___/1/24328) adresinden erişildi.
- aljazeera Turk.com. (2015, 07 30). Aljazeera Turk. 18 Eylül 2017 tarihinde aljazeera Turk.com: <http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/ask-romaninda-wattpad-cagi> adresinden erişildi.
- Can, E. (2016). *Alayına New York*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- darkangelhome. (2015, 11 23). darangelhome.wordpress. 18 Eylül 2017 tarihinde Darkangelhome: <https://darkangelhome.wordpress.com/2015/11/23/wattpad-yazi-dizisi-part-1-wattpad-nedir-nasil-kullanilir-neler-icerir/> adresinden erişildi.
- Gazioğlu, G. (2015). İlk Gençlik Edebiyatı. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkçe Eğitimi ABD, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Kıyak, Y. K. (2015, 07 31). Radikal Kitap. 18 Eylül 2017 tarihinde radikal.com: <http://kitap.radikal.com.tr/makale/haber/roman-dunyasinin-gencromantik-ve-dijital-imzolari-423927> adresinden erişildi.
- Küçük, B. (2017). *Kötü Çocuk*. İstanbul: Ephesus Yayınları.
- Öztanyel, A. (2017). *Karanlık Lise*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Senemoğlu, N. (1997). *Gelişim, Öğrenme ve Öğretim Kuramdan Uygulamaya*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Uğraş, B. (2015, 07 31). Star.com. 18 Eylül 2017 tarihinde Star.com: <http://www.star.com.tr/cumartesi/yazan-da-okuyan-da-18-haber-1047258/> adresinden alındı.
- Wattpad About. (2017). *Wattpad About*. 18 Eylül 2017 tarihinde Wattpad.com: <https://www.wattpad.com/about/> adresinden erişildi.
- Wattpad Business. (2017). *Wattpad Business*. 18 Eylül 2017 tarihinde wattpad.com: <http://business.wattpad.com/> adresinden erişildi.
- Wattpad Press. (2017). *Wattpad Press*. 18 Eylül 2017 tarihinde Wattpad: <https://www.wattpad.com/press/> adresinden erişildi.
- Yörükoğlu, A. (2007). *Gençlik Çağı Ruh Sağlığı ve Sorunları*. İstanbul: Özgür Yayınları.



# DEDE KORKUT HİKÂYELERİNDE VAN GÖLÜ HAVZASI SÖZ VARLIĞI

## Spoken Assets of Van Lake Region in Dede Korkut Stories

Gönderim Tarihi: 02.11.2018

Kabul Tarihi: 23.11.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.493034

**Veysi SEVİNÇLİ\***

**ÖZ:** Dede Korkut Hikâyeleri, gerek Türk edebiyatı, gerek Türk dili ve gerekse Türk tarihi bakımından eşsiz bir öneme sahiptir. Onu bu denli başarılı ve önemli kılan, daha başlangıçta sözlü bir edebiyat ürünü iken, neredeyse bütün Türk toplumlarında mutlaka uyulması gereken kanun kitabı ya da yazılı olmadığı hâlde neredeyse tereddütsüz uyulması gereken bir “anayasa” yerine konmuş olmasıdır. Ayrıca okuyucu Türk topluluklarının nerede, nasıl, hangi şartlarda, hangi coğrafyada yaşadıkları hakkında fazlaca bir bilgiye sahip olmasa da, bu hikâyeler sayesinde yeterince bilgi sahibi olmak imkânına ermektedir. Hatta bu toplulukların nasıl yaşadıkları, komşuluk ilişkilerinin neler olduğu; çocuklara, eşlere, yaşlılara; kısaca toplumun her ferdine karşı davranışların nasıl olacağı belirtilirken, obanın örf ve âdetleri hakkında bize çok önemli bilgiler sunulmaktadır. Bununla birlikte, eserde, aile bağlarının sağlamlığına dikkat çekilerek; anne, baba, oğul ve eşler arasında sevgi ve saygıya dayanan düzeyli ilişkilerden örnekler verilmektedir. XV. yüzyılın ortalarında yazıya geçirilmiş olan bu hikâyeler, dildeki Türkçe kelimelerin yoğunluğu bakımından paha biçilmez bir yere sahiptir. Bu eserde kullanılan dil,-bazı ses değişiklikleri bir tarafa bırakılırsa- neredeyse bugün bile Anadolu’da halkın konuştuğu, yabancı dillerden etkilenmemiş, halkın rahatlıkla anladığı saf ve duru bir Türkçedir. Türk edebiyatında, Türk dilinde ve hatta Türk tarihine bu denli köklü bir yere sahip olan böyle bir eserden coğrafyamızın da etkilenmemesi de mümkün değildir. Hatta denebilir ki bu coğrafyada kaybolmaya yüz tutmuş; bilinen ve yaygın anlamlarının yanında yeni anlamlar kazanan kelimeler, bu hikâyelerde o günkü gibi aslı şekilleriyle yaşamaktadır. Dünden bugüne etkileri, bu eserin değerini bir kat daha artırmakta; değerine değer katmaktadır. Böylece Dede Korkut hikâyeleri, Türk topluluklarının geçmişine ışık tuttuğu gibi, geleceklerini de aydınlatacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Dede Korkut, Kültür, Dil, Töre, Gelenek/Görenek.

**ABSTRACT:** Dede Korkut Stories have a unique importance both in Turkish literature, Turkish language and Turkish history. What makes it so successful and important is that

\* Dr. Öğr. Üyesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi/Edebiyat Fakültesi/Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü/Yeni Türk Dili Anabilim Dalı,vsevincli@hotmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-2069-7138.



when it was originally an oral literature product, almost all Turkish societies had to be obeyed without any hesitation, the law book that had to be followed, or a literature constitution which had to be followed without hesitation. In addition, while the Turkish communities do not have much information about where, how, in which geography they live, these stories provide enough information. In fact, how these communities live, neighbors relations; children, spouses, the elderly and in short, how to behave against each individual member of the society, while we are given unique information about the customs and customs of oba. However, in the work, drawing attention to the soundness of family ties; examples of relationships based on love and respect between mother, father, son and spouses are given. These stories, written in the middle of the 15th century, have an invaluable place in terms of the density of Turkish words in the language. The language used in this work - if left to some extent as sound changes - is still a pure, clear and clear Turkish, which people in Anatolia are talking about today, not affected by foreign languages and understood easily by the people. It is not possible to not be affected from such a work which has such an important place in Turkish literature, Turkish language and even Turkish history. It may even be said that in this geography, it has been lost; the words, which have new meanings besides their common and common meanings, live in these stories with their original forms as they were today. From yesterday to today, the value of this work is increased. Thus, this work will shed light on the past of the Turkish communities and enlighten their future.

**Keywords:** Dede Korkut, Culture, Language, Tradition.

## GİRİŞ

Toplum içindeki en küçük birlik olan ailenin devamı nasıl ki çocukları ile mümkün ise; milletlerin de devamı, sahip oldukları ve en az çocuklar kadar değerli olan dilleri sayesinde. İnsanlık tarihi çocuklarının olmamasıyla sona eren aileler ve dillerinin yok olmasıyla ortadan kaybolan milletlerle doludur. Türk dili de farklı dönemlerde böyle badireler atlatmışsa da köklü bir geçmiş ve sahip olduğu sağlam bünye sebebiyle her defasında bu badirelerden çıkmayı başarmıştır. Geçmişte Arapçanın Türkçe üzerinde hâkimiyet kurmasına karşılık, daha XI. yüzyılda Kaşgarlı Mahmut, Türk tarihi boyunca en önemli eserlerden biri kabul edilen "*Dîvânü Lügati't-Türk*" adlı eserini, Türkçeyi korumak ve Araplara Türkçeyi öğretmek maksadıyla yazmıştır. XIII. yüzyılda (1277) Karamanoğlu Mehmet Bey, Türk dilinin geleceği ile ilgili duyduğu endişeden dolayı Türkçeyi resmi dil olarak kabul ederek, "*Bundan böyle; divanda, dergâhta, bargâhta çarşıda meydanda Türk dilinden başka dil konuşulmayacaktır.*" diye ferman çıkarmıştır. Türk diline gönül vermiş büyük Çağatay şairi Ali Şir Nevâî, XV. yüzyılda "*Muhakemetü'l-Lügateyn*" adlı eserini, Türkçenin Farsçadan geri kalan bir dil olmadığı; hatta ondan daha üstün bir dil olduğunu göstermek, kanıtlamak amacıyla yazmıştır.

Birçok batılı devlet ve bilim adamlarınca yirminci yüzyılın dâhisi olarak kabul edilen Mustafa Kemal Atatürk, 12 Temmuz 1932 yılında bugünkü adıyla "*Türk*

*Dil Kurumu*” (TDK) olan “*Türk Dili Tetkik Cemiyeti*”ni kurmuştur. Bu Kurumun kuruluş amaçları arasında yer alan çalışmalar, Türkçeyi yabancı dillerin boyunduruğundan kurtarmanın yanında; Türk dili alanında daha sonra yapılacak çalışmalara millî bir bakış açısı ve ilmî bir boyut kazandırmak olmuştur. Daha sonra gerçekleştirdiği “*Güneş Dil Teorisi*” bu alandaki çalışmalarına da katkı sağlamıştır.

Yirminci yüzyıla gelince, Atatürk’ün “fikir babam” dediği Ziya Gökalp:

*“Türklüğün vicdanı bir,*

*Dini bir vatanı bir;*

*Fakat hepsi ayrılır*

*Olmazsa lisanı bir!”* (Ziya Gökalp, 2015: 38-40)

diyerek dillerin milletlerin hayatında ne denli mühim bir yere sahip olduğuna parmak basmıştır.

Konuşma dilinde *lehçe, şive, ağız* (Ergin, 2013: 10) gibi üç ana başlık altında incelenen Türk dilinde “*ağız,*” önemli bir yere sahiptir. Bu sayede diller, kelime zenginliği bakımından önemli mesafeler kat etmiş ve etmeye de devam etmektedir. Çünkü dillerin zenginliği her zaman kurallara bağlı değildir. Bazen kelime yapımında bütün kuralları taşıdığı hâlde toplumun kültürü ve değer yargıları göz önünde bulundurulmadığı için türetilen kelimelerin dilde yaşama şansı olmazken, galat olduğu hâlde toplum içinden çıkan, halkın kullandığı kelimelerin yaşamaları mümkün olmuştur. Anadolu Ağızları içerisinde Doğu Grubu Ağızlarının I. Alt Grubunda yer alan (Karahan,1996: 70) Van Gölü Havzası ağızları Dede Korkut Hikâyelerinin söz varlığını yaşatmak bakımından dikkat çekici özelliğe sahiptir.

Edebiyat tarihimizde “*destanların tacı*” kabul edilen bu hikâyeler, Türk dili, kültürü ve tarihi bakımından büyük önem arz etmektedir. Üzerinde, bugüne kadar başta makale, sempozyum, bilgi şöleni, inceleme ve kitap olmak üzere sayısız çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar, eserin millet nezdinde ne kadar değerli olduğunun açık göstergesidir. Destanî Oğuz Hikâyeleri mecmuası kabul edilen Dede Korkut Hikâyelerinin bugüne kadar tespit edilen biri Vatikan’da bir diğeri Dresden’de olmak üzere iki nüshası bulunmaktadır. Milleti meydana getiren her kademe ve yapıda insanların rahatlıkla okuyabileceği Dede Korkut Hikâyelerinin Vatikan nüshasında altı, Dresden nüshasında ise on iki hikâye yer almaktadır.

Söz konusu Dede Korkut Hikâyeleri, -tamamen manzum olmasının dışında- millî destanın bütün özelliklerini taşır ( *yazarının millet olması, içinde anlatılanların milletin hayatı olması, büyük bir kahramanlık hikâyesi olması, mükemmel bir*

*coşkunluk taşıması, tabiat unsurlarının ön planda olması, eserde hayvanların önemli bir yer işgal etmesi, hızlı bir hayat tarzının hüküm sürmesi, tarihle alakalı olması, coğrafyaya sahip olması, büyük bir manzum eser olması, hikâyenin bir kahraman etrafında dönmesi gibi*). Bu esere gerek işlediği konular, gerek düz yazıdaki secili söyleyiş ve gerekse coşkulu anlatış tarzı dolayısıyla “destanî hikâye” demek de mümkündür.

Türk Edebiyatı Tarihi'nin önemli bilim insanlarından biri kabul edilen Fuat Köprülü'nün derslerinde söylediği “bütün Türk edebiyatını terazinin bir gözüne, Dede Korkut'u öbür gözüne koysanız, yine Dede Korkut ağır basar!” (Ergin, 1971: X) der. Esmâ Şimşek, hikâyeleri kısaca değerlendirmesinde de “*Dede Korkut Hikâyeleri her okunduğunda zihinlerde yeni ufuklar açan bir kutu gibidir*” görüşünü dillendirmektedir ki bu son derece yerinde bir tespittir. (Şimşek, 1999:321).

Hikâyeler, Eski Anadolu Türkçesi döneminde ( XIII. XV. yüzyıl); muhtemelen XV. yüzyılın ikinci yarısında yazıya geçirilmiştir. Bu yüzyıllar, denebilir ki yabancı unsurlar bakımından Türkçenin en temiz dönemidir (Ergin, 2013: 17). Bu dönemde çok büyük ilim adamı, şair ve yazarlar yetişmiş; çok önemli eserler meydana getirilmiştir. Sevinmeli mi üzülmeli bilinmez ama bizde hikâyelerin yazıya geçirilişinin üzerinden daha altı asır geçmiş iken, “*Azerbaycan'da 1300, Türkmənistan'da 1500 yıllığı kutlanıyor.*” (Ercilasun, 1999: 157). Hak ettiği değeri gecikmeli de olsa elde eden Hikâyelerin toplumun bütün kesiminde son derece sevilip, benimsenmesi; her okunuştaki okuyucunun kendisini hikâyenin içinde bulması; kendisini bir kahramanla özdeşleştirmesidir. Kahramanlarda da çok büyük hasletler bulunmakla birlikte; bunların gereklerini eksiksiz yerine getirmek de töre gereğidir. Bilmeden de olsa yapması gerekenleri yerine getirmemek, kişiyi kahraman olsalar dahi toplumun dışına itmekte gerektiğinde hakarete maruz bırakmaktadır. Yerine getirilmesi gereken güzel hasletler de vardır. Bunlar arasında *yiğitlik* ve *cömertlik* başta gelir. Bu kavramlar, hikâyede “*kılıç*” ve *sofra*” sözleriyle sembolize edilmektedir (Duymaz: 1999:110).

Bu hikâyelerde kullanılan dil, yazıya geçirildiği XV. yüzyıl Türkçesini yansıtmaya rağmen, çok küçük ses değişiklikleri ve unutulmaya yüz tutmuş bazı ekler (-*IsAr*, -*AsI* vb.) dışında Türkiye Türkçesi ile büyük paralellikler göstermektedir. Makalemizde, Dede Korkut Hikâyeleri'nde geçen ve bugün yaygın olarak kullanılan kelimelere değil, nadir olarak Van Gölü çevresindeki il ve ilçelerde kullanılan ve unutulmaya yüz tutmuş kelimelere yer verdik.

Burada yer alan kelimeler –amanat kelimesi hariç- Türkçe kökenli kelimelerdir. Emanet kelimesi de gerileyici ünlü benzeşmesi yoluyla büyük ünlü uyumuna uyuştur.

Dede Korkut hikâyelerinin üslûbunda yer alan sadelik, akıcılık ve samimiyet sadece içerikte kalmaz. Eserde Türk dilinin kurallarına sıkı bir bağlılık görülür. Türkçenin en genel geçer kuralı olan büyük ünlü uyumun sağlanması yoluyla Türkçenin ahenginin sağlandığı pek çok kelime yer alır (Korkmaz, 2005: 24).

**acıık:** İnat, kızma, hiddetlenme

Kelime, hikâyede 7 (yedi) kez kullanılmıştır.

*“bunlar böyle idicek Pay Püre Bigün açığı tutdı, bezirganlara aydur.”* (Ergin, 1997a: 120).

Bu kelime, Van, Adilcevaz ve Ahlat ağzında kullanılmaktadır. Özellikle çocuklar için *“acıık etti yemek yemiyor, acık etti gelmiyor”*; gelinler için *“acıık etti babasının evine döndü”* gibi ifadelerde yer alır. (Sarıca, 2006: 18; Ertekinnoğlu, 2017: 196).

**ağıl:** Yazın küçük baş hayvanların bırakıldığı yer, ağıl

Bu kelime hikâyede 3 (üç) kez kullanılmıştır.

*“arkasını urup berk ağılun ardın söken”* (Ergin, 1997a: 101).

Kelime, Van Gölü çevresinde yer alan il ve ilçelerin tamamında (Bitlis, Adilcevaz, Ahlat, Tatvan, Van, Erciş, Gevaş) kullanılmaktadır.

**al:** Hile

Kelime, hikâyede 1(bir) kez kullanılmıştır.

*“Nāmerd tayın al eylemiş okıyuban bizi aldılar.”* (Ergin, 1997a: 249).

Adilcevaz yöresinde *“sana al fel ediyor”* şeklinde bir kullanışa sahiptir.

**alaca:** Alaca, alaca bulaca, karışık renk

Kelime, hikâyelerde 11(on bir) defa kullanılmıştır.

*“Alaca atlu Şöklı Melik katı pusmuş”* (Ergin, 1997a: 220).

Adilcevaz, Ahlat ve Erciş yöresinde *“alaca bulaca olmuş”* gibi ifadelerde kullanılmaktadır. (Sarıca, 2006: 20).

**alçak:** Alçak yer, düşük mevki

Kelime, metinde 4(dört) kez kullanılmıştır

*“alçak yirde yapılpudur Tanrı ivi Mekke görkli”* (Ergin,1997a:11-13), *“Bayındır Han benüm ne eksikliğim gördi, kılıcımdan mı gördi suframdan mı gördi, benden alçak kişileri ağ otağa, kızıl otağa kondurdı, benüm suçum ne oldı kim kara otağ kondurdı didi”* (Ergin, 1997a: 79).

Van Gölü çevresindeki il ve ilçelerde kullanılmaktadır. Adilcevaz ve Ahlat'ta *“alçaktan düşmek, alçak yerde oturmak, alçaktan düşmek”* ibarelerinde kullanılır. (Öztürk, 2001:217).

**amanat:** Emanet, birine alınmak üzere bırakılan şey

Bu kelimeye hikâyede 5(beş) kez rastlanmaktadır.

*“Peri kızı kanat urup uçdı, aydur: Çoban yıl tamam olıçak mende amanatun var gel al.”* (Ergin, 1997a: 207).

Adilcevaz ve Ahlat ağzında ve özellikle amansız hastalığa yakalanan insanların kendileri için *“Allah amanatını alsa da kurtulsak”* kargışında kullanılır. (Öztürk,2001:217; Sarıca, 2006: 21; Ertekinöğlü, 2017: 204).

**apar-:**Götürmek

Kelime hikâyede 2(iki) kez kullanılmıştır.

*“mere niye ağlarsız, biz bunu tanımazuz adaklısuna aparun o yahşi bilür”* (Ergin, 1997a: 132)

Doğu Oğuzcası'nın bir kolu olan Azeri Türkçesi'nde yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu dilin etkisiyle Van, Adilcevaz, Ahlat, Erciş ve Özalp ağzında *“bir şey aparmak/aparmamak; aparılmak”* şeklinde kullanılır. (Öztürk,2001:218; Sarıca, 2006: 22; Ertekinöğlü, 2017: 206).

**'arsuz:** Arsız, yaramaz, utanmaz kişi

Bu kelime metinde 3(üç) kez kullanılmıştır. Arapça kökenli bir kelimedir.

*Oğuzun 'arsuzı Türkmenün delüsine “benzer”* (Ergin, 1997a: 223).

Çevre il ve ilçelerde genellikle insanlar için *“çocukta hiç ar kalmamış, çok arsızlaşmış”* gibi ifadelerle kullanılır.

**banla-:** Ezan okumak, bağırarak

Bu kelime, Dede Korkut'ta 3(üç) kez kullanılmıştır.

*“Minarada banlayanda fakı görkli.”* (Ergin, 1997a: 74).

*“Minarede banlıyanda fakı görkli.”* (Schmiede, 2009:19)

Van Gölü çevresinde genellikle horozlar için kullanılır. Sabah ezanının habercisi horozların banlamasıdır. Horozlar banladığı zaman sabah olmuş ya da olmak üzeredir. (Sarıca, 2006: 26; Ertekinöğlü, 2017: 215).

**batman:** Altı okkalık ya da sekiz kiloluk ağırlık ölçüsü

Kelimeye hikâyede 6(altı) kez rastlanmaktadır.

*“Tanrı ta'ala bize bir batman oğul virmez nedendir.”* (Ergin, 1997a: 80).

Adilcevaz ve Van ağzında rastlanmaktadır. Hatta bazı ailelere *“yarım batman”* şeklinde soy isim dahi olmuştur.

**bazlamaç:** Bazlamaç yağlı ekmek

Kelimeye Dede Korkut'ta 1(bir) kez rastlanmaktadır.

*"sabadança yirinden örü turur, elin yüzün yumadın tokuz bazlamaç ilen bir külek yağurd gözler, toyınca tıka basa yir."* (Ergin, 1997a: 76).

Çevre il, ilçe ve köylerde yaygın olarak kullanılan bu kelime tek "m"li olarak "bazlamaç" olarak kullanılır. Tandırda veya saç üzerinde pişirilen bir ekmek çeşidi. (Sarıca, 2006: 28)

**bek:** Sağlam, koyu

Kelimeye metinde 4(dört) kez rastlanmaktadır.

*"Senün için egni bek demür tonum saklar idüm."* (Ergin, 1997a: 158).

Çevre ağızlarında yaygın olarak kullanılan bu kelime, genellikle "b/p" değişimine uğrayarak "p" şeklinde kullanılmaktadır. *"Bu ayran, bu çorba çok pek olmuş"* gibi.

**bele-:**Belemek, kundak sarmak, kundaklamak

Kelimeye hikâyede 2(iki) kez rastlanmaktadır.

*"Tolması altun bişikde beledüğüm oğul."* (Ergin, 1997a: 106).

Adilcevaz, Ahlat ve Erciş ağızında sıkça kullanılmaktadır. (Sarıca, 2006: 29; Ertekinoglu, 2017: 220).

**berk:** Berk, kuvvetli, sağlam, sıkı

Kelimeye metinlerde 8(sekiz) kez rastlanmaktadır.

*"Arkasını urup berk ağılun ardın söken"* (Ergin, 1997a: 101).

Çevre ağızlarda bu kelime genellikle "b/p" değişimine uğrayarak "p"li olarak "perk" şeklinde telaffuz edilmektedir. (Sarıca, 2006: 30).

**bit-:** Yeşermek, ot bitmek

Hikâyede bu kelimeye 8(sekiz) kez kullanılmıştır.

*"Biter senün otlarun Kazılık Tağı"* (Ergin, 1997a: 89).

Bu kelime Adilcevaz ve Ahlat ağızında bilinen anlamlarının yanında, kısa boylu insanlar için *"alaylı bir ifade"* olarak kullanılır. (Ertekinoglu, 2017: 196).

**bögür-:** Böğürmek, böğüre böğüre ağlamak, bağıra bağıra ağlamak

Bu kelime hikâyede 4(dört) kez kullanılmaktadır.

*"Kadın ana karşum alup ne böğürürsin."* (Ergin, 1997a: 108).

Çevre ağızlarında ve özellikle de Van, Adilcevaz, Ahlat ve Erciş ağızlarında sıkça rastlanmaktadır.(Sarıca, 2006: 34).

**börk:** başlık

Bu kelimeye metinde 2(iki) kez rastlanmaktadır.

*"Big yigit baş esen olsa börk bulunmaz-mı olur"* (Ergin, 1997a: 194).

Van, Adilcevaz ve Ahlat ağzından *"börkünü başından atmak"* şeklinde rastlanmaktadır.(Sarıca, 2006: 34).

**buğa:** Boğa, damızlık erkek hayvan

Hikâyede yaygın olarak kullanılan kelimelerdendir. Toplam 45(kırk beş) kez kullanılmıştır.

*"Meger hanum Bayındır hanun bir buğası var-idi"* (Ergin, 1997a: 81).

Bu kelime yöre ağzında, özellikle Adilcevaz ve Ahlat ağzında hikâyelerde kullanılan şekliyle yaşamaktadır.

**buynuz:** Boynuz

Bu kelimeye metinde 11(on bir) kez rastlanmaktadır.

*"Ol buğa katı kaşa buynuz ursa un gibi ügüdüdü."* (Ergin, 1997a: 81).

Adilcevaz,Ahlat ve Erciş ağzlarında, hikâyelerde kullanılan şekliyle yaşamaktadır. (Öztürk, 2001:222; Sarıca, 2006: 18; Ertekinöğlü, 2017: 231).

**çal-:** Vurmak, Çalmak

Hikâyelerde nadir olarak görülen kelimelerden olup, sadece 1(bir) kez kullanılmıştır.

*"Acı tırnak al yüzine çalar-mısın"* (Ergin, 1997a: 181).

Adilcevaz ve Ahlat ağzında vurmak *"yere çalmak"* şeklindeki birleşik yapıda yaşamaktadır. (Ertekinöğlü, 2017: 237).

**çap-:** Koşmak, koşturmak

Dede Korkut'ta sıkça kullanılan kelimelerdendir. Toplam 37(otuz yedi) kez yer almıştır.

*"Çapdı anasının ivine geldi."* (Ergin, 1997a: 226).

Van, Erciş, Adilcevaz ve Ahlat ağzında *"koşmak, hızlı gitmek"* anlamında yaşamaktadır. (Sarıca, 2006: 18).

**çigin:** Omuz

Bu kelimeye metinde 5(beş) kez rastlanmaktadır.

*"Egnimdeki demür tonum çignüm kısar."* (Ergin, 1997a: 222).

Bu kelimeye Van, Erciş, Adilcevaz ve Ahlat ağzında rastlanmaktadır.(Ertekinöğlü, 2017: 242).



**daya:** Dadı, sütanne

Bu kelimeye metinde 6(altı) kez rastlanmaktadır.

*“Allah Ta’ala bir ‘ayal virdi: Hatunı hamile oldı bir niçe müddetden sonra bir oğlan toğurdi. Oğlançuğımı dayalara saklatdı”* (Ergin, 1997a: 81).

Bu kelimenin aslı “taya” (sütanne) olup, Farsçaya “daya” olarak geçmiştir. Van ağzında “d/t” değişikliği ile “daye” (anne) şeklinde kullanılmaktadır.

**diril-:** Toplanmak

Hikâyelerde 9(dokuz) kez kullanılmıştır.

*“Gördi kim bir derenün içinde toz gâh dirilür gâh tağılur”* (Ergin, 1997a: 195).

Bu kelime çevredeki il ve ilçelerde “dermek” (toplamak) şeklinde kullanılmaktadır.

**dülbend:** Tülbent, boyuna bağlanan ince beyaz kumaş

Bu kelimeye hikâyede 3(üç) kez rastlanmaktadır.

*“Kırk yiğidine dülbend saldı el eyledi.”* (Ergin, 1997a: 94).

Bu kelime yöre ağzında, özellikle Ahlat’ta “d/t” değişimi ile “tülbent” şeklinde daha yaygın olarak kullanılmaktadır. (Ertekinoglu, 2017: 409).

**emçek:** Meme

Bu kelime, metinlerde 3(üç) kez kullanılmıştır.

*“Oğlanun anası emçeğin bir sıkdı südi gelmedi, iki sıkdı südi gelmedi.”* (Ergin, 1997: 90).

Bu kelime Adilcevaz ağzında “emçeğimin biri gan biri irin ola” şeklindeki bir kargışta yaşamaktadır. (Sevinçli, 2015: 110).

**enük:** Et yiyen hayvan yavrusu

Kelimeye 3(üç) yerde rastlanmaktadır.

*“Aslan enügi yine aslandur.”* (Ergin, 1997a: 219).

Çevre ağzında “ü/i” ünlüsünü değişimi ile enik şeklinde ve genellikle “it eniği” gibi hakaretamiz söylemlerde rastlanır. (Sarıca, 2006: 57).

**gedil-:** kesici şeylerin ağzını körelmesi, kırılıp körleşmek

Bu kelime, Dede Korkut’ta 5(beş) kez kullanılmıştır.

*“Çalışanda öz kılıcın gedilmesin”* (Ergin, 1997a: 90).

Yörede bu kelime, “ged” isim kökünden türetilen “gedleşmek” (körelmek, çalışamaz durumda olmak) “bıçağın ucu gedleşmiş kesmiyor, tırpanın ucu gedleşmiş biçmiyor” şeklinde yaşamaktadır.

**gızıl-da-:** Vızıldamak, İnce ağlamaklı ses çıkarmak

Hikâyelerde sadece 1(bir) kez kullanılmıştır.

*"Mancılığı ağır taşdan gızıldayup katı inen"* (Ergin, 1997a: 192).

Bu kelime vızıldamak anlamında olmasına rağmen, yansıma olarak Adilcevaz ve Ahlat ağzında *"hastaların özellikle uyuma anında çıkarmış oldukları iniltili sesler"* anlamında kullanılmaktadır.

**gor:** Mezar

Dede Korkut'ta 2(iki) kez kullanılmıştır.

*"Karşu yatan ala tağları"*

*Senden sonra men neylerem*

*Yaylar olsam menüm gorum olsun"* (Ergin, 1997a: 167).

Bu kelime Adilcevaz ağzındaki kargışlarda yaşamaktadır (Sarıca, 2006: 18; Sevinçli,2015:112)

**göger-:** Yeşermek, yeşillenmek

Hikâyelerde sadece 1(bir) kez kullanılmıştır.

*"Tal budağın kurmuş-idi yeşerüp gögerdi ahır."* (Ergin, 1997a: 227).

Van, ayrıca Adilcevaz ağzında bu kelimedden "yeşermek" anlamında gögermek kelimesi türetilmiştir ve yaygın olarak da yaşamaktadır. (Öztürk,2001:231, Sarıca, 2006: 18).

Bu kelime Adilcevaz ve Ahlat ağzında hikâyedeki şekilde ve aynı anlamda kullanılıyor. (Öztürk, 2001: 231- Sarıca, 2006: 18 - Ertekinöğlü, 2017: 288).

**gögerçin:** Güvercin

Bu kelime metinde 3(üç) kez kullanılmıştır.

*"Azrâ'il bir gögerçin oldı, pencereden uçdı gitdi"* (Ergin, 1997a: 179).

Bu kelime Van, Adilcevaz ağzında hikâyedeki söyleyişi olan "gögerçin" şeklinde kullanılmıştır. (Sarıca, 2006: 70; Ertekinöğlü, 2017: 288).

**gök:** Yeşil, mavi, gök renginde

Bu kelime metinde 15(on beş) defa kullanılmıştır.

*Gök bidevisin tutdırdı, Kazan bigün karındaşı Kara Göne bindi."* (Ergin,1997a:96).

Van ağzında mavi anlamında kullanılmaktadır.(Sarıca, 2006: 18).

**gön:** Deri

Bu kelime 2 (iki) kez kullanılmıştır.

*“Ağça sazlar içinde saru gönler görüben taylar basan.”* (Ergin, 1997a: 226).

Adilcevaz ağzında hikâyedeki şekliyle kullanılmaktadır.

**havlu:** avlu

Dede Korkut'ta sadece 1 (bir) defa kullanılmıştır.

*“Bu havluya toldurup Oğuz yiğitlerin bunu tam itmiş-idi.”* (Ergin, 1997a: 225).

Bu kelime Adilcevaz ağzında hikâyedeki söyleyişi olan “havlu” şeklinde kullanılmıştır. Ayrıca Van ağzında “havli” şekli vardır. (Sarıca, 2006: 75).

**İti:** Keskin, sert, keskinlik, sertlik

Bu kelime, hikâyelerde 4(dört) kez kullanılmıştır.

*“Ol nâmerdler bir yirde konmuşlar idi al şarabun itisinden içerler-idi”* (Ergin, 1997a:91).

Van, Erciş ağzında kullanılmaktadır. Ayrıca Adilcevaz ağzında bu kelime-den “ititmek” (keskinleştirmek) fiili türetilmiştir. (Sarıca, 2006: 83).

**kahınç:** Kakinç, başa kakılan, başa kakılan ayıp

Hikâyelerde sadece 2(iki) kez kullanılmıştır.

*“Başıma kakinç yüzüme tohınç derler idi.”* (Ergin, 1997a: 123).

Bu kelime yörede “başa kakma, başına kakinç olma” şeklinde Van, Adilcevaz, ve Erciş ağzında kullanılır. (Sarıca, 2006: 84).

**karkış:** Kargış, beddua

Kelime metinlerde 2(iki) defa kullanılmıştır.

*“Ol zamanda biglerün alkışı alkış, kargışı kargış idi.”* (Ergin, 1997a: 117).

Adicevaz, Ahlat ve Erciş yöresinde kullanılmaktadır. (Sevinçli, 2015:9; Sarıca, 2006: 85).

**kolan:** Eğeri karın altından bağlayan kayış

Kelime hikâyelerde 1(bir) kez kullanılmıştır.

*“Kafirün arhasına eyer saldı, ağzına uyan urdı, kolanını çekdi.”* (Ergin, 1997a:234).

Bu kelime Adilcevaz ve Ahlat ağzında yaşamaktadır.

**konşu:** Komşu

Kelime Dede Korkut'ta 3(üç) defa kullanılmıştır.

*"Konşu hakkı Tanrı hakkı"* (Ergin, 1997a: 77).

Bu kelime Van Gölü havzasındaki il ve ilçelerde "konşu, konşu, komşu" şeklinde kullanılır.( Ertekinoğlu, 2017: 196).

**könlek:** Gömlek

Kelime, hikâyelerde 1(bir) kez kullanılmıştır.

*"Vardı könleği kana kuna baturdı, Bayındur Hanun önine götürüp bıraktı."* (Ergin, 1997:132).

Könlek kelimesi "k/g" değişmesine uğrayarak, "gömlek"; "n/y" değişmesine uğrayarak, "köynek" olmuş ve yörede bu şekliyle kullanılmaktadır. Van ağızında (Sarıca, 2006: 96).

**kuskun:** Kuskun, eyeri kuyruk altına bağlayan kayış, bağ

Kelime, Dede Korkut'ta sadece bir kez kullanılmıştır.

*"Alplar içinde bizi kuskunumuzdan balçığa baturdı."* (Ergin, 1997a: 217).

Van ağızında yaşamaktadır. Ayrıca bir yöreye "Kuskunkıran" diye adını vermiştir.

**ögeç:** İki yaşına girmiş koyun

Kelime, Dede Korkut'ta 3(üç) kez kullanılmıştır.

*"Altmış ögeç derisinden kırk eylese topuklarını örtmeyen."* (Ergin, 1997a:113).

Bu kelime yöre ağızlarında özellikle Adilcevas ve Ahlat ağızlarında kullanılmaktadır.(Sarıca, 2006: 110).

**pürçek:** Saç, alına ve şakağa sarkan saç, baş örtüsünün altından ve şakaklardan çıkan ve görünen saç.

Kelime, hikâyelerde 17(on yedi) defa kullanılmıştır.

*"Ağ pürçekli anan yiri behişt olsun."*

Adilcevas ağızında "saçını, pürçeğini yonmak" şeklinde kullanılır.

**sakla-:** Beslemek, besleyip bakmak

Kelime, hikâyelerde 2(iki) kez kullanılmıştır.

*"Yad oğlu saklamağıla oğul olmaz."* (Ergin, 1997a: 73).

*"Oğlançuğı dayalara virdi saklatdı."* (Ergin, 1997a: 81).

Saklamak kelimesinin yaygın anlamı, bir nesnenin görünmesine engel olmak, koruma amaçlı gizlemek, gizli tutmak vb. Van Gölü çevresindeki il

ve ilçelerde “birini, bir hayvanı beslemek” anlamlarına da gelmektedir. Kelimenin *saklamak* şekli vardır (Sarıca, 2006: 117; Ertekinöğlü, 2017: 376).

**sanç-**:Saçmak, saplamak, sokmak, bir nesneye bir şey batırmak.

Bu kelime, Dede Korkut’ta 8(sekiz) kelime kullanılmıştır.

“Kazan oğlu Uruzı habisten çıkarun, boğazundan urgan-ile asun, iki talusından çengele sançun.”

Van, Bitlis, Adilcevaz ve Ahlat ağzında hâlâ yaşamaktadır. (Sarıca, 2006: 117; Ertekinöğlü, 2017: 377).

**talı:** Kürek kemiği, sırtın bir yanı, sırt, arka

Kelime, metinlerde 3(üç) kez kullanılmıştır.

“Oğlanı iki talusunun ortasında urup çakdı, yıkdı.” (Ergin, 1997a: 86).

Adilcevaz ağzında “t/d” değişikliği ile “iki dallının ortasından vurulasan” kargısında yaşamaktadır.(Sevinçli, 2015: 115).

**tavla:** Kürek kemiği, sırtın bir yanı, sırt, arka

Hikâyede 36(otuz altı) kez kullanılmıştır.

“taola taola şahbaz atlarını bindiler” (Ergin, 1997a: 96).

Van ve Ahlat ağzında yaşamaktadır. (Sarıca, 2006: 128; Ertekinöğlü, 2017: 399).

**terki:** Eyerin arka tarafı, ata binenin oturduğu yerin arkası

Kelime, Dede Korkut’ta 2(iki) defa kullanılmıştır.

“Kara başın terkiye asayın mı?” (Ergin, 1997a: 195).

Van Gölü çevresindeki il ve ilçe ağzlarında yaşamaktadır. (Öztürk, 2001:260; Sarıca, 2006: 130; Ertekinöğlü, 2017: 402).

**toklu:** Bir yaşındaki kuzu

Kelime, hikâyelerde 5(beş) kez kullanılmıştır.

“Semüz koyun aruk toklu bayırda kalsa kurt gelüp yimez-idi” (Ergin,1997a: 110).

Bölge ağzındaki kullanımında “k/h” değişimi vardır. Van, Adicevaz, Ahlat ve Erciş ağzında yaşamaktadır.(Öztürk, 2001:261; Sarıca, 2006: 133; Ertekinöğlü, 2017: 196).

**toy:** Düşün, büyük ziyafet, şölen

Kelime, metinde 6(altı) kez kullanılmıştır.

“Kırk gün kırk gice yoy düşün eylediler” (Ergin, 1997a: 138).

Van, Bitlis, Tatvan, Adicevaz, Ahlat, ve Erciş ağzında yaşamaktadır. (Öztürk, 2001:262; Sarıca, 2006: 133; Ertekinöğlü, 2017: 196).

**yaşmak:** Gözleri dışarıda bırakan ince yüz örtüsü

Eserde nadir kullanılan kelimelerden biridir. Sadece 1(bir) kez kullanılmıştır.

*“Ere varaldan berü dahu karnum toymadı yüzüm gülmedi, ayağum paşmak yüzüm yaşmak görmedi.”* (Ergin, 1997a: 76).

Adilcevaz, Ahlat ve Van ağzında yaşayan bu kelimededen *“yaşmak tutmak”* deyimini meydana getirmiştir. (Sarıca, 2006: 140; Ertekinoglu, 2017: 423).

**yırğa-** : Irgalamak, sallamak

Hikâyelerde sadece 1(bir) kez kullanılmıştır.

*“Ağ kavağın budağından yırğayuban kiçmişsin.”* (Ergin, 1997: 144).

Van, Adilcevaz, Ahlat ve Erciş ağzında kullanılmaktadır. Van ağzında *“r/l”* değişikliği ile *“yılgalamak”* şekli vardır. (Sarıca, 2006: 142).

**SONUÇ**

Türk Edebiyatında önemli bir yere sahip olan Dede Korkut Hikâyelerinde kullanılan kelimeler, bugün için Anadolu Ağızlarında neredeyse tamamı canlı bir şekilde yaşamaktadır. Ancak Türk dilinin dönemleri arasında, bazen yüzyılları da içine alacak kadar uzun süren zaman farkı ve dış etkilerden kaynaklanan sebeplerden dolayı, zaman zaman küçük ses değişiklikleri, kendisini göstermektedir. Ayrıca o dönem için, konuşma ve yazı dilinde yaygın olarak kullanılan kelimelerin birinci anlamları, günümüzde söylenmeye söylenmeye ikinci, hatta üçüncü dereceye (Saklamak: Beslemek, Acık: İnat, Emçek: Meme) kaymıştır. Bölge ağzında kaybolmaya yüz tutmuş bu kelimeleri derlemek suretiyle Türkçedeki kelime dağarcığının zenginleşmesine katkı sağlama arzusu güdülmüştür.

Her okunduğunda açılan farklı bir pencere, yapılan her yorumda farklı bir bakış açısına sahip olan ve de *“destanların tacı”* kabul edilen bu eser, Van Gölü havzasında kullanılan ağzılara ışık tuttuğu gibi, koca bir çınarın kolları olarak düşündüğümüz diğer bölgelere ait ağzılara da katkı sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Duymaz, A. (1999). “Dede Korkut Kitabında Alpların Eğitim ve Geçiş Törenleri”, *Uluslararası Dede Korkut Bilgi Şöleni*. Ankara. Atatürk Kültür Merkezi Yayınları, s.109-122.
- Ercilasun, A.B. (1999). “Dede Korkut’taki Olayların Zamanı”. *Uluslararası Dede Korkut Bilgi Şöleni*. Ankara. Atatürk Kültür Merkezi Yayınları, s.157-160.
- Ergin, M. (1971). *Dede Korkut Kitabı*. İstanbul. 1001 Temel Eser, Milli Eğitim Basımevi.
- Ergin, M. (1997a). *Dede Korkut Kitabı I*. Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Ergin, M. (1997b). *Dede Korkut Kitabı II*. Ankara. Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Ergin, M. (2013). *Türk Dil Bilgisi*. Ankara. Bayrak Basım/Yayım/Tanıtım.
- Ertekinoglu, S. (2017). *Ahlat Ağzı Söz Varlığı*. Ankara. Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Gökyay, O.Ş. (2000). *Dedem Korkudun Kitabı*. İstanbul. M.E.B. Basımevi.
- Karahan L. (1996). *Anadolu Ağızlarının Sınıflandırılması*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Korkmaz Z. (1981). *Dede Korkut Hikâyelerinin Eski Osmanlı Metinleri Arasındaki Yeri*. Milli Kültür, C. III / 4, 23-25.
- Öztürk, İ. (2001). *Adicevaz Ağzı (Metin-İnceleme-Sözlük)*. Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.
- Sarıca, B. (2006). *Van Gölü Çevresi Ağızları*. Ankara. Atlas Yayınları.
- Schmiede, H. A. (2009) *Kitab-ı Dedem Korkut (Destanlarının Dresden Nüshası)*. Ankara. Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Sevinçli, V. (2015). “Türk Kültüründe Alkış/Kargış ve Adilcevaz Örneği”. *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi*, 52, 97-125.
- Şimşek, E. (1999). “Beybörek Hikâyesinin Türk Dil Kurumu’nda Bulunan Yazma Nüshası Üzerine”. *Uluslararası Dede Korkut Bilgi Şöleni*. Ankara. Atatürk Kültür Merkezi Yayınları, s. 321-334.
- Türk Dil Kurumu .(1983). *Yeni Tarama Sözlüğü*. Ankara. TDK.
- Türk Dil Kurumu. (1993 ). *Derlemeler Sözlüğü* (2.bs.). Ankara. TDK.
- Türk Dil Kurumu. (1998). *Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu.
- Ziya Gökalp (2015). *Yeni Hayat*. Haz. Salim Çonoğlu, İstanbul: Ötüken Neşriyat.





# CEM TÖRENLERİNDE KAMBERLİK/ ZÂKİRLİK GELENEĞİ: BALIKESİR ÇEPNİLERİ ÖRNEĞİ<sup>1</sup>

## “Kamberlik/Zakirlik” Tradition in Cem Ceremonies: Example of Balıkesir Chepnis

Gönderim Tarihi: 27.10.2018

Kabul Tarihi: 21.11.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492912

Halil İbrahim ŞAHİN\*

**ÖZ:** Balıkesir Çepnilerinin cem törenlerinde kamberlerin veya zâkirlerin rollerini belirlemeyi hedefleyen bu makalenin verileri alan araştırmalarında kamberlik hizmetini yürüten kaynak kişilerle yapılan görüşmeler sonucunda elde edilmiştir. Balıkesir ve civarında yaşayan Çepnilerin cemlerindeki safhalar ve bu safhalarda kamberlerin üstlendiği roller üzerine yoğunlaşan çalışmada kamberlerin söyledikleri şiirler, cem düzeni içinde irdelenmiştir. Yapılan tespit ve değerlendirmelerin neticesinde Çepni cemlerinin icra edilmesinde “dede” adı verilen ve cem törenlerinin idaresini sağlayan kişiden sonra kamberlerin, törenin yapılabilmesi için oldukça kilit bir öneme sahip olduğu görülmüştür. Cem törenlerinin hazırlıklarının yapıldığı aşamalardan başlayarak cem törenindeki ibadetlerin ve hizmetlerin yerine getirilmesinde kamberlerin icra ettikleri nefeslerin katkısı vardır. Hatta kamberlerin icra ettikleri şiirlerin ve müziklerin olmaması durumunda, cemdeki uygulamanın yapılması mümkün değildir. Türk halk şiiri geleneğiyle yakın ilişki içinde bulunan kamberler, cem törenlerinde çoğunlukla ulu ozanların şiirlerini söylemekte ve bu şiirlerde çoğunlukla değişiklik yapmamaktadırlar. Çepni cemlerinde kamberlerin çoğunlukla Pir Sultan Abdal, Şah Hatayî ve Kul Himmet gibi halk şairlerinin şiirlerini icra ettikleri ve kendilerine ait şiirleri ise cem törenlerine dâhil etmedikleri tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Balıkesir, Çepni, Cem, Kamber.

**ABSTRACT:** The data of this article aiming to determine the roles of cambers or judges in the ceremonial ceremonies of Balıkesir Chepni were obtained as a result of interviews with source persons who carried out cambering services in field research. In this study which focuses on the “cem” stages of the Chepni people living in Balıkesir and the roles of “kamber” in these stages, the poems of the “kamber”s were examined in the “cem” order. As a result of the determinations and evaluations, it was seen that after the person who named “dede”

<sup>1</sup> Bu makale, Balıkesir Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından 2017/186 numaralı proje kapsamında desteklenmiştir.

\* Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Fen-Edebiyat Fakültesi/Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü/Türk Halk Edebiyatı Anabilim Dalı, hsahin@balikesir.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-3914-4779.

and the administration of the “cem” ceremonies in the execution of the Chepni courts, the “kamber”s had a very important importance in order to perform the ceremony. Starting with the stages of the preparations of the ceremonies of the “cem” ceremonies and services in the implementation of the ceremony of the worship of “kamber”s have contributed to the “nefes”. Even in the absence of the poems and music performed by the “kamber”, it is not possible to implement the application in the “cem”. “Kamber”, who are in close relationship with the Turkish folk poetry tradition, often say the poems of the great bards in their ceremonies and do not make any changes in these poems. It has been found that “kamber”s in Chepni districts mostly perform poems of folk poets such as Pir Sultan Abdal, Şah Hatayî and Kul Himmet and do not include their own poems in the “cem” ceremonies.

**Keywords:** Balıkesir, Chepni, Cem, Kamber.

## GİRİŞ

Batı Anadolu Çepnilerinin önemli bir kolunu teşkil eden Balıkesir Çepnileri, günümüzde Alevilik-Bektaşılık inanışlarını yaşatan Oğuz boylarından birisi olarak bölgede varlığını sürdürmektedir (Şahin 2013). Köse Süleyman ocağının da merkezi konumunda olan Balıkesir’de Çepnilerin bugün de cemlerini sürmeye devam ettikleri, yapılan saha araştırmalarında görülmüştür. Ayrıca Balıkesir civarında yaşayan Çepnilerle Çanakkale, Manisa, İzmir ve Bursa gibi illerde yerleşik olan Çepnilerin cemleri arasında önemli benzerliklerin olduğu, ancak bu hususla ilgili bugüne kadar mukayeseli bir çalışmanın da yapılmadığı görülüyor. Kanaatimize göre Çepni boyunun cem törenlerinin yapısal özelliklerinin ortaya çıkarılması, öncelikle her bölgenin müstakil olarak araştırılmasına bağlıdır. İl il ya da bölge bölge yürütülecek çalışmalar neticesinde yapılacak mukayeselerle Alevi-Bektaşi inanışlarına sahip Çepnilerin temel ayini olan cemlerin karakterine ait genel hükümlere ulaşılması mümkün olabilecektir. Aynı şekilde cemlerin yapısal niteliklerinin yanında cemler için yapılan hazırlıklar, cem törenlerinin yapıldığı zaman ve mekân özellikleri, cem törenlerinin yürütülmesinde etkin olan 12 hizmet sahibinin rolleri ve durumları ve bunun gibi cemi ilgilendiren hususlar üzerine karşılaştırmalı çalışmalar da benzer bir yöntemin neticesinde ortaya çıkacaktır. Bu düşünceyle bu makale, Balıkesir Çepnilerinin cem törenlerinin temel safhalarını belirlemek ve bu safhaların icrasında dededen sonra önemli hizmet sahiplerinden biri olan kamberlerin rolünü belirlemek amacıyla kaleme alınmıştır. Makalenin verileri, Balıkesir Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri birimince desteklenen “Balıkesir Çepnilerinin Kamberlik Geleneği” başlıklı proje kapsamında yapılan alan araştırmalarından elde edilmiştir.

## CEM

Alevi-Bektaşî zümrelerinin temel ayinlerinden birisi olan cem, Hz. Muhammet'in miraç dönüşünde karşılaştığı Kırklarla birlikte gerçekleştirdikleri ilk ayinin daha sonraki dönemlerdeki ihyası olarak yaşayagelmiş dinî içerikli bir törendir. Alevilik-Bektaşîlik kültürünün ve inanç yapısının yayıldığı zümreler arasında varlığını sürdüren cem töreni, Alevilik-Bektaşîlik inanışlarını yaşatmakta olduğu gibi, bu inanışa mensup zümrelerin kimlik değerlerini korumaya yardımcı olan özelliğiyle sosyal içerikli bir alan haline de gelmektedir (Yaman 2009, Taşğın 2009). Sosyal adaletin ve dengenin sağlandığı bu törenlerde zümrenin temel değerleri canlı tutulmaktadır. Bütün Alevi-Bektaşî zümrelerinde aynı şekilde işlememekle birlikte bütün cemlerin belli özellikleri, bu törenleri ortak bir noktaya götürmektedir. İlk cem düşüncesine yaslanan cemde müzik ve şiirin birlikte yer alması, törenlerin dede veya baba unvanlı dinî liderler tarafından yönetilmesi, törenlerin işleyişinden sorumlu hizmet sahiplerinin bulunması, evli kadın ve erkeklerin bu törenlerde birlikte bulunabilmeleri, semahların varlığı, dinî ve tarihi olayların anılması gibi hususlar, Alevi-Bektaşî cemlerinin öne çıkan ortaklıkları olarak gösterilebilir. Ancak Alevi-Bektaşî zümrelerinin hayata geçirdiği cem törenlerinde bazı farklılıkların da bulunduğunu, bunun zümrelerin içinde buldukları dinî ve kültürel atmosferle alakalı olduğunu belirtmekte fayda vardır.

Alevi-Bektaşî inanışlarını günümüzde de yaşatmaya devam eden ve dolayısıyla cem törenlerine rastlayabildiğimiz zümreler arasında Balıkesir Çepnilerinin de olduğunu görüyoruz. Çepniler, çoğunlukla bahar aylarında geleneksel düzende cemlerini bugün de sürmeye devam etmektedirler. Cemlere ; "Abdal Musa cemi", "Hızır cemi", "Koyun Baba cemi" gibi adlar verilse de Çepnilerin bağlı olduğu Köse Süleyman ocağındaki cemler iki kısma ayrılmaktadır. Bunlardan ilki "Görgü cemi", diğeri ise "Birlik cemi"dir. Birlik cemleri, taliplerin görgüsünü ve bilgisini arttırmak için düzenlenir. Bu cemlere yediden yetmiş yediye bütün canlar katılabilir. Görgü cemleri ise böyle değildir. Evli ve musahip sahibi olanlar görgü cemlerine girebilirler. Alevilik-Bektaşîlik inançlarının ve uygulamalarının asıl hayata geçirildiği alanların başında görgü cemleri gelir. Görgü cemlerinde taliplerden ikrar alınır, ikrar vermiş olanların sorgusu yapılır. Yine cemde kurban kesmek isteyenler, kurbanlarını görgü cemlerinde keserler. Musahiplik erkânından geçecekler, ölen yakınlarının dar hizmetini yerine getirmek isteyenler ya da düşkünlük halini kaldırmayı talep edenler görgü cemlerine katılmak durumundadır. Görgü cemlerinin işleyişinde 12 hizmet sahibi yetkilidir. Dede, kamber, delilci, kapıkulu, gözcü, mercancı, kurbanacı, aşçı, üç bacı, sakacı, süpürgeci ve peyikçi (ulak) Balıkesir Çepnilerinin cemlerindeki hizmet sahipleridir.

## KAMBERLİK/ZÂKİRLİK GELENEĞİ

Mevcut yazılı ve sözlü kaynaklardan takip edebildiğimiz kadarıyla Çepniler, Kızılbaşlığa mensup Türk zümrelerinden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır (Şahin 2013: 113-119). Batı Anadolu'da Balıkesir, Çanakkale, Manisa ve Bursa civarında yaşayan Çepnilerin güncel veriler ışığında bu niteliklerini korudukları görülmektedir. İnanç açısından herhangi bir değişim göstermeyen bu zümrenin dinî ayinlerini yaşatmakta olduğu gerçeği de dikkate alındığında bölgede kamberlik ya da diğer ifadeyle zâkirlik geleneğinin var olduğunu söylemek mümkündür. Ancak bu geleneğin tarihsel gelişimini takip etmek oldukça güçtür. Geçmiş dönemlerde gizli icra edilen bir tören olan cemlerde varlığını sürdüren kamberlerle ilgili bilgilerimiz yok denecek kadar azdır. Yakın dönemlerde kayda alınan bilgileri saymazsak bu zümrede kamberlik hizmetini yürüten kişilerle ilgili herhangi bir kayda sahip değiliz. Mevcut bilgiler de yazılı kaynaklardan daha ziyade sözlü kaynaklardan alınan yeni bilgilerdir. Önceki dönemlerde kamberlik yaptığı söylenen bazı isimler olmakla birlikte, bunlarla ilgili biyografik bilgilere, cemlerde icra ettikleri şiirlere ve icra şekillerine ait herhangi bir veriye sahip değiliz. Yazılı kaynakların eksikliği bu problemleri doğursa da geleneğin bugün de yaşıyor olması, bölgedeki kamberlerle ilgili değerlendirme yapmayı mümkün kılmaktadır.

Alevi-Bektaşî zümrelerinde saz çalıp şiir söyleyen ve şiirlerini büyük oranda cem törenlerinde icra edenlere zâkir ya da kamber denmektedir (Akın 2016). Rıfâî, Celvetî, Mevlevî tarikatlarında da rastlanan zâkirin dışında "güvende", "sazandar" ve "âşık baba" gibi kullanımlar da vardır, ancak Çepniler arasında bu ifadelerle rastlanmamıştır (Ersal 2009: 189). Balıkesir'deki Çepni köylerinin cemlerinde zâkirlik yapmış ve Balıkesir dışında yaşayan diğer Çepni zümrelerinin de cemlerine iştirak etmiş geçmişte kalan zâkirlerin yaşamları ve repertuarlarıyla ilgili kayıtlarımız olmamakla birlikte yaşayan kamberlerden geçmiş dönemde kamberlik yapmış ve şöhret bulmuş bazı zâkirlerin adlarına ulaşabiliyoruz (Duymaz vd. 2011). Günümüz kamberlerinden Fikret Tuncel, geçmişte Balıkesir Çepnilerinin cemlerinde Mehmet Sarıca, Abbas Özdemir, Haydar Özdemir, Mustafa Özdemir gibi kişilerin zâkirlik yaptığını ifade ediyor (Kahraman 2016: 9). Yaşı nedeniyle zâkirlik yapamayan yaşlı kamberlerden ise Kamber Ali, onun oğlu Kamber Mehmet'in ve Kamber Haydar'ın Çepniler arasında kamberlik yaptığını öğreniyoruz. Kamber Rahmi Ayhan ise kendi muhitlerinde daha önceleri Hasan Hoca'nın kamberlik yaptığını belirtiyor. Bunun gibi başka isimlere de rastlanabilir, ancak biyografileri ve şiirlerine ulaşamadığımız bu isimlerden hareketle sadece bölgede mevcut kamberlerden önce de geleneğin mevcut olduğunu, ama içeriğine dair bilgiye sahip olmadığımızı söylemekle yetiniyoruz.

Balıkesir’de kamberlik geleneğinin geçmişten bugüne yaygın olduğu ve toplumu ciddi manada etkisi altına aldığı yönündeki düşüncemizi, Çepni boyuna mensup köylerde ele geçen şiir mecmuaları ve defterleri desteklemektedir. Osmanlı harfleriyle yazılan az sayıda mecmuanın yanında yakın dönemlerde yazılmış şiir defterleri de bulunmaktadır. Şiirlere bakıldığında kamberlerin söylediği şekil ve muhteva özelliklerine sahip olduğu görülür. Ayrıca şiirleri defterlere kaydeden defter sahipleri de bu şiirleri kamberlerden dinlediklerini, özellikle cemlerdeki şiirleri kayıt altına aldıklarını ifade etmişlerdir. Bunun yanı sıra sözlü kaynaklardan yapılan derlemelerde de kamberlik geleneğinden halka geçmiş şiirlerin varlığı da bölgede kamberlik geleneğinin güçlü köklere sahip olduğunu göstermektedir.

Kamberlik ya da zâkirlik geleneğinin en iyi takip edilebileceği alanların başında cem törenleri gelmektedir. Cem törenlerinin kamberiz yürütülebilmesi mümkün değildir. Dedenin gülbankları ve duaları kadar kamberin nefeslerinin ve deyişlerinin de cemin sürülmesinde önemli bir yeri vardır. Türk halk şiiri geleneğiyle sıkı sıkıya bağlı şiirleri icra eden kamberlerin repertuarlarının ortaya çıktığı, saz çalma stillerinin görülebildiği ve cem için ifade ettiği anlamın kavranabildiği asıl ortam cemdir. Neredeyse kamber, cem için dede kadar ehemmiyete sahiptir. Onun sazı ve deyişi olmadığı takdirde cemin ilerleyebilmesi mümkün değildir. Bu düşünceden hareketle bu çalışma, Balıkesir Çepnileri örneğinde kamberlerin cem törenlerinde üstlendiği rolü ortaya çıkarmak hedefindedir. Cem törenlerindeki aşamalar ve bu aşamalarda kamberlerin icra ettikleri nefesler, takındıkları tavırlar ve sergiledikleri hareketler cem düzeninde ele alınarak kamberliğin cem törenleri için taşıdığı önemin tespit ve analiz edilmesi, çalışmanın asıl gayesini oluşturmaktadır. Şimdi Balıkesir Çepnilerinin cem düzeni ve bu düzen içinde kamberin söylediği nefeslerin gözden geçirilmesine başlayabiliriz.

## CEM AYİNİNDE KAMBER/ZÂKİR

### Hazırlık

Cem törenlerinden önce dede ve kamber, cemin yapılacağı köye giderek cem için planlama yaparlar. Dede, cemin yapılacağı köyde hizmet sahipleriyle cem törenlerinden önce görüşme yapar. Dedenin bu görüşmelerde en fazla itibar ettiği hizmet sahipleri gözcü, delilci ve kapıkuludur, çünkü hizmetlerdeki kilit rol bunlar üzerindedir. Hizmet sahipleriyle yapılan bu toplantılar cemlerden önceki haftalarda gerçekleştirilir. Çoğunlukla cemden bir hafta önce yapılan toplantılarda planlama yapılır. 12 hizmet sahibinin katıldığı bu toplantılardan önce dede, hizmet sahiplerini darda ayağa kaldırır. Onlara dar duası verir. Bu sırada bütün cem erenleri secdeye varırken sadece kamber, sazının sapına sol yüzünü yaslayarak yarım eğilir halde niyazını yapar. Kamberin tam secdesi yok-

tur, adeta dedeye selamı ve saygı belirtir bir niyazı vardır. Dedenin dar duasını takiben kamber, burada bir duvaz imam okur. Kamberin bu duvazı sona erince dede, buradaki hizmet sahiplerine iki rekât akşam namazı kıldırır ve bu namazın kılındığı ve toplantının yapıldığı günün Perşembe olmasına dikkat edilir.

Cem sürme günlerinin açıldığı bu toplantıdan sonra dede ve kamber, cemden bir gün önce cemin yapılacağı köye gider ve burada ceme girecek canlar bir araya getirilir. Bu toplantıda ise büyük oranda 12 hizmet sahibinden başlanarak kurban kesecek canlar tespit edilir ya da belirlenir. Dedenin akşam namazı kıldırması ve cemde kesilecek kurbanların belirlenmesiyle artık cem sürecinin önü tamamen açılmıştır. Balıkesir Çepnilerinde dedenin kamberiyle birlikte cemden önce yaptığı toplantıda kamber bir deyiş okuyarak ceme katılacak canlara ve ayrıca cem süren köy ahalisine selam vermiş olur. Kamberin Çepniler arasında cem öncesindeki son akşam söylediği ve ceme katılacaklara selam verdiği bu kısım çubuk havzasındaki cem törenlerinin açılışında “sefalama” olarak yer almaktadır (Ersal 2009: 196). Çepniler arasındaki bu deyişlere “selamlama” deyişleri denilebilir:

Hayli zaman gelemedik buraya

Sizi arzulayıp geldik erenler

Aşk u muhabbeti saldıık araya

Sizi arzulayıp geldik erenler

Erenler kendi postuna oturdu

İyi söyleyen muhabbet artırdı

Nasip kısmet bizi size getirdi

Sizi arzulayıp geldik erenler

İyi söyleyenler iyide kaldı

Eski altınlar şimdiye pul oldu

Size gelmeyeli hayli yıl oldu

Sizi arzulayıp geldik erenler

Cennetin hoş bahçeleri var imiş

İçindeyse elma, armut, nar imiş

Gözle gören didarımız var imiş

Sizi arzulayıp geldik erenler



Muradımız bugün burada kalmaya  
Usta gerek dört duvarını örmeye  
Geldik erenlerin yüzün görmeye  
Sizi arzulayıp geldik erenler

Okunur Kuran ayeti hecesi  
Âşıklara dersini verir hocası  
Size mihman geldik rıza gecesi  
Sizi arzulayıp geldik erenler

Şah Hatayım niyazım var uluya  
Emanetiz Şah-ı Merdan Ali'ye  
Hızır gelip hanenize uğraya  
Sizi arzulayıp geldik erenler (Fikret Tuncel)

Bu deyiş, hem dedenin hem de kamberin hayli hayli zamandır uğrayamadıkları köye ve köyün canlarına karşı duygularını anlattığı gibi dede ve kamberin cem boyunca misafir olarak bu köyde kalacaklarını da ifade etmektedir. Kamberin bu deyişini başka Duvazlar ya da nefesler izleyebilir. Kamber Fikret Tuncel'in ifadesine göre kamberin cem öncesindeki son akşam söylediği nefes sayısı üç olabileceği gibi on iki de olabilmektedir. Dedenin cem hakkındaki verdiği bilgilere kamberin nefesleri eklenince cem erenleri diğer gün sürülecek cem in ya da cemlerin havasına girmeye başlamıştır.

Cem günü, daha önceden kesilmesi planlanan kurbanlar, cem evinin kesimhanesinde bir araya getirilir. Kurbanların kesilmeden önce kurban sahipleriyle birlikte dedenin huzurunda darda durmaları gerekir. Güneş battıktan sonra kesilecek kurbanlar, sahipleri tarafından bacak aralarına alınarak, yine darda durma usullerine uygun olarak, dedenin huzuruna çıkarılır. Dede burada kurbanlar için gülbenk okur: "Allah Allah kurbanları kabul, muradları hâsıl, ocakları aydın ola, on iki imam, on dört masum-ı pâkların, pirim Hünkâr Hacı Bektaş-ı Veli, ceddin Köse Süleyman'ın himmetleri, kerametleri üzerimizde hâzır ve nâzır ola, kurbanları Hz. İsmail sürüsüne katıla, İmam-ı Hüseyin dergâhına kayıt eyleye, orada çırak ola, Allah Muhammet yâ Ali, gerçeğe hu. Allah Allah aşkına akşamlarımız hayır ola, hayırlarımız faik ola, şerlerimiz def ola, Allah münkirler, münafıklar mat ola, on iki imam, on dört masum-ı pâkin, pirim Hacı Bektaş-ı Veli'nin himmetleri, kerametleri üzerimizde hâzır ve nâzır ola, Allah katarından, didarından ayrı düşürmeye, ibadetlerimizi Hak defterine kayıt eyleye, eksik, noksan işlerimizi tamam yaza, Allah kurbanları Hz. İsmail'in sürü-

süne katıla, İmam-ı Hüseyin dergâhına yazıla, Allah Muhammet yâ Ali, gerçeğe hu.” Dede burada kurban duasını verirken kamber de kurban nefesini okur.

### **Cemin Safhaları ve Bu Safhalarda Kamberin Rolü**

*12 Hizmet Sahibinin Meydana Çağırılması:* Kurbanlar tığlanıp güneş batınca cem erenleri cem evinde toplanmaya başlarlar. Bu sırada kamber, cemin ilk günü olduğundan hizmet sahiplerini sazla meydana çağırır. Bu çağırma işlemi cemin ilk safhasını oluşturur. Kamber, hizmet sahiplerini aşağıdaki nefesle çağırır. Nefesin her dörtlüğü bir hizmet sahibine yöneliktir. Kendisiyle ilgili dörtlüğü duyan hizmet sahibi meydana çıkar:

Hak'tan bize name geldi  
Pirim sana haber olsun  
Şah'tan bize name geldi  
Rehber sana haber olsun (Dede)

Mümini çektiler dara  
Münkiri sürdürdü zindana  
Hizmet geldi tezekara  
Tezekara haber olsun (İbrikçi)

Hak kuluna eyler nazar  
Dört kalıptan âdem dizer  
Kalleş gelmiş cemi bozar  
Gözcü sana haber olsun (Gözcü)

Yola gider haslar hası  
Giyinmiş hakikat libası  
Doldur ver bir engür taşı  
Sakkacıya haber olsun (Sakacı)

Zâkirin zikri saz ile  
Kuran okur avaz ile  
Mümin Müslim niyaz ile  
Zakir sana haber olsun (Zakir)

Mümini çekti meydana  
Münkiri sürdürdü zindana  
Tekbir verildi kurbanı  
Kurbancıya haber olsun (Aşçı)

Mümin yolu yakın ister  
Münkirlerde sakın ister  
Delil yanmaz yağın ister  
Delilciye haber olsun (Delilci)

Bu yola gider hacılar  
Kırklar güruhu Naciler  
Müminler Müslim bacılar  
Bacılar size haber olsun (Üç Bacılar)

Bu yola giden hacılar  
Kırklar güruhu Naciler  
Cem kilidi kapıcılar  
Kapıcıya haber olsun (Kapıkulu)

Gelin gidelim tarikata  
Kulak verelim marifete  
Talipler girmiş hakikate  
Peyikçiye haber olsun (Haberci)

Mümini çektiler dara  
Münkire sürerler nara  
Hizmet verildi Selman'a  
Süpürgeciye haber olsun (Süpürgeci)

Şah Hatayim varı geldi  
Varı geldi varı geçti  
Sefil bülbül zora düştü  
Mercancı sana haber olsun (Mercancı)  
(Fikret Tuncel)

*İkrar Hizmeti:* Dedenin dua vermesi ve kamberin nefes söylemesi bitince hizmet sahipleri yerini alırlar. Yeni ikrarı alınacak ya da musahip olacaklar, dörder dörder dedenin huzuruna çıkmaya başlar. Bu arada uygun bir zaman aralığında dede, cem erenlerine cemle, doğruluk ve ahlakla ilgili sohbet verir. Bacı ve dervişler ikrar verirken öncelikle tövbe eder. “Rabbü'l âlemîn şimdiye kadar bilerek veya bilmeyerek elimden, dilimden, belimden günah işlediysen tövbe” der. Bundan sonra ikrarını verir: “Bundan sonra Allah’a kulluk, peygambere ümmetlik edeceğim, elime, dilime, belime sahip çıkacağım, harama el uzatmayacağım” diyerek ikrarını verir: “Allah azimü’ş-şânın kuluyum, Âdem-i seyfullâh neslindenim, İbrahim halîlullâh milletindenim, dinimiz din-i İslam, kitabımız Kur’an, kiblemiz Kabe, Muhammed aleyhisselâm ümmetindenim, Şah-ı merdân Ali’nin bendesiyim, İmam-ı Cafer-i Sadık mezhebindenim, Allahü ekber, Allahu ekber, lâilâhe hüvallah vallâhü ekber Allâhü ekber velillâhi ilhamd, geldim Hak için, el verdim, etek tuttum, tuttuğum etek Köse Süleyman’ın, biat ettim, Muhammet Ali’ye talip oldum, pirim Hacı Bektaş-ı Veli, mürşidim Muhammet Ali hû. Den dinlemem, kov etmem, gıybet etmem, zina etmem, sır açmam, el ile koymadığımı almam, her gördüğümü söylemem, ikrar olsun.”.

İkrar verene dede, “İkrar olsun mu?” şeklinde birkaç kez soru yöneltir. İkrarı veren de dedeye “Olsun” diye cevap verir. Yine dede talibe “Eğer sen bu ikrardan dönersen ikrar seni tutsun mu? Eğer bu ikrardan dönersen huzur-ı haşırda yüzün kara olsun mu? Bu meydandaki cem erenleri, ay, gün, yer, gök, arş, kürs, derya, balıklar ve delil-i Şah-ı Merdân şahidin olsun mu?” diyerek bir soru daha yöneltir. İkrarı veren tekrar “Olsun” cevabını verir. Dede bunun üzerine “Eyvallah, Allah, Muhammet, Ali yardımcımız olsun, Allah, Muhammet, Ali gerçeğe hu” ve “Allah Allah darları kabul, yaşları uzun, ocakları, haneler, mutlu ola, pirim Hacı Bektaş-ı Veli’nin, ceddin Köse Süleyman’ın himmetleri, kerametleri üzerimize hazır ve nazır ola, ikrarları kabul, muratları hâsıl ola, Muhammet Ali işlerini rast getire, Allah, Muhammet, Ali gerçeğe hu” diyerek ikrar verme törenini sonlandırır. Kamber de burada en az üç tane nefes söyler. Bu nefesler de çoğunlukla eğitici ve nasihat içerikli şiirlerdir.

*Çerağ Uyarma:* Cem erenlerinde herhangi bir sorun yoksa ikrar hizmeti bittikten sonra ceme kısa bir ara verilir. Çepniler buna “seyran” adını vermişlerdir. Seyran bitince herkes çoraplarını çıkarıp darda ayakta durur. Bu esnada delilci çerağı uyarmak için hizmetinin başına geçer. Delilci, çerağı yandırınca canlar önce secdeye giderler, çerağın yanmasıyla birlikte edep halde otururlar. Bu sırada kamber delil duvazını okur:

Kudret nurundan bir delil uyandı  
Âleme şavk verir şanı kırkların  
Kırklar içip onun meyinden kandı  
Kudret sofrasıdır önü kırkların

Fatma Anayı o makamda gördüler  
Kemberbest bağlayıp ceme girdiler  
Engür şerbetini orda verdiler  
Bir damladan gelir canı kırkların

Meryem asla sırrını açmadı  
İsa şu dünyada don değiştirmede  
Kırklar ana rahmine düşmedi  
Nerden gelir canı kırkların

Selman Suya düştü Allah dost dedi  
Bir sagil gönderdi hırka post dedi  
Muhammet kırklardan nişan istedi  
Bir aradan gelir canı kırkların

Eydir Muhammet'im sükuta vardım  
Kırklar irfan kurdu doğru yol oldu  
Kırklar ceminde gonca gül oldu  
Burcu burcu kokar cemi kırkların (Fikret Tuncel)

*Görgü ve Sorgu:* Delil yandıktan sonra cem erenleri dörder dörder sorgusu başlar. Sorgu, öncelikle kurban kesenlerden ve delilcilerden başlar. Diğer hizmet sahipleri de sorguya çekilme hususunda önceliklidir. Taliplerin fazla olması durumlarında sorgu diğer güne sarkabilir. Görgü cemlerinde talipler, dedenin huzurunda görgüden ve sorgudan geçerler. Dedenin huzurunda dara duranlara dede: "Bismişah, Allah Allah erenler geldi, sır verdi, secdeye indi, gaibe iman verdi. Geldiğin Hak kapısıdır, durduğun Mansur dârıdır. Ne gördün, neden geldin? Başını kaldır, dile gel, özündekini dile ver, dillen, erenler farkına varsın hu hu." Talipler ayakta dedeye şu cevabı verirler: "Er gördüm, Muhammet Ali yoluna görölüp sorulmaya geldim, eyvallah, Muhammet Ali

yardımcımız olsun, er hakkı hak, pir hakkı hak, mürşit hakkı hak, musahip hakkı hak, yol içinde teklif buyurduk, dört kapı kırk makam hak, on iki imam, on dört masum-ı pâk, on yedi kemer-best hak, seneden bir defa görülüp sorulmak hak, Muharrem'de yas matem orucu tutmak da hak, erenlerin kurbanı, namazı, lokması, niyazı da hak." Dede: "Döktüğünü doldur, ağlattığını güldür. Erenler, bu canlar, eli bağlı, dili bağlı. Erenler meydanında bu canların elinden, dilinden, belinden razı olmayan dile gelsin, bu canlardan razı mısınız, bismişah eyvallah. Allah Allah nur-ı Hudâ, Muhammet Mustafa'dan şefaât, Ali'den hidayet ola, Allah Muhammet'in şefaâtinden, Ali'nin hidayetinden ayırmaya, gerçeğe hu. Allah Allah darları kabul ola muratları hâsıl ola, on iki imam, on dört masum-ı pâklar, on yedi kemer-bestler, pirim Hünkâr Hacı Bektaş-ı Veli, Haticetü'l Kibriya, Fatimatü'z-zehrâ katarından didarından Hak ayırmaya darları, didarları, namazları, niyazları, görgüleri, sorguları İmam Hüseyin dergâhına yazıla, Muhammet Ali işlerini rast getire, Allah Allah Muhammet yâ Ali gerçeğe hu." diyerek taliplere dua eder.

Sorgu, dedenin "Ağız birliği ile diyelim Allah, Allah aşkına diyelim Allah Allah, üçler, beşler, yediler, kırklar, on iki imam, on dört masum-ı pâkların, on yedi kemer-bestlerin, Haticetü'l Kibriyâ'nın, Fatimatü'z-zehrâ'nın, pirim Hacı Bektaş-ı Veli'nin himmetleri, kerametleri üzerimizde hâzır ve nâzır ola, Allah borçluları borcundan kurtarsın, Allah dertlileri derdinden kurtarsın, Allah dünyada kuvvet, ahirette iman, Kur'ân nasip eylesin, Allah hayırlı evlat, hayırlı nimet versin, Allah gökten rahmet, yerden bereket versin, Allah seksen bin Rum erenlerinin, doksan bin Horasan pirlilerinin, yüz bin gaip erenlerinin himmetini üzerimizde hâzır ve nazır eylesin." demesiyle sona erer. Cemde sorgu, gece yarısı olmadan nihayete erer ve seyran verilir. Üç bacı lokmaları dağıtmaya başlayınca "Elimde yoktur terazi" diyerek herkesten razılık ister. Kuru üzüm, leblebi, kurbanların böbreği ve ciğeri lokma olarak verilir. Bu esnada fırsat olursa kamber üç adet deyiş söyler. Bu deyişlerde yine nasihat verici ahlaki şiirlerdir.

*El Ele, El Hakk'a:* Lokmaların dağıtımı ve yenmesi gece yarısına kadar tamamlanır. Gece yarısı olduğunda artık cem mühürlenir. Gece saat on iki itibariyle herkes dardadır ve dede dar duası yapar. Delilci delilden niyaz alır, elden ele herkes aldığı niyazı iletir. Oturma düzeninde artık bir derviş bir bacı şeklindedir cem. Edep erkân oturan canlara dua eder: "Ağız birliği ile diyelim Allah Allah, Şevk ile diyelim Allah Allah, Can birliği ile diyelim Allah Allah, Din kuvveti ile diyelim Allah Allah, Cemimiz cem ola Allah Allah, demimiz dem ola Allah Allah, Cemimiz kırklar cemi ola Allah Allah, kırkların katarından ayırmaya Allah Allah, daim bu katardan, didardan, niyazdan, cemden, demden ayırmaya, Allah Allah üçler, beşler, yediler, kırklar, üç yüz altmış altılar, bin birler, on iki imam, on dört masum-ı paklar, Haticetü'l Kibriyâ, Fatima-

tü'z-Zehrâ'nın, on yedi kemerbestlerin, pirim hünkâr Hacı Bektaş-ı Veli'nin, ceddîm Köse Süleyman'ın, cümlesinin himmetleri, kerametleri üzerimizde hâzır ve nâzır ola, Allah Allah hayırlı evlat, bereketli nimet, hayırlı devlet vere, Allah Allah namerde, muhannete muhtaç eyleme, muhtaç olan canlar için diyelim Allah Allah, Allah Allah bizi duadan, hayır himmetten, iyi niyetten ayırma, iki cihanda yüzlerimizi ak, gönüllerimizi pak, düşmanlarımızı mat eyle, Allah Allah Muhammet ümmetlerinden, Ali taliplerinden ayırma, Allah Allah ne eyleyeyim, ne işleyeyim dedirtirme, Allah Allah dertlere derman yaralara merhem, hastalara şifa veresin."

Dedenin duasından sonra kamber deyiş okur. Kamberin deyişi bitince dede "el ele, el Hakk'a" der. Bunun üzerine bütün canlar sağ ellerini yanındakinin sağ omzuna, ikinci söyleyişinde sol elini sol omza degecek halde dururlar. Bu arada kamber yine bir duvaz okur. Duvazdan sonra dede erenleri, secdeye yatırıp dar duasını ve namaz duasını verince herkes elini kolunu bağlar. Eller yanındaki canın eline bağlanır ki buna "el ele, el Hakk'a" ritüeli denir. Bu halde kamber deyiş okur:

Muhammet Ali'yi candan sevenler  
Yorulup yolda kalmaz inşallah  
İmam Hasan'ın yüzün görenler  
Hüseyin'den mahrum olmaz inşallah

İmam Zeynel'den bir dolu içenler  
İmam Bakır'la kaynayıp coşanlar  
Sıdk ile İmam Cafer'e düşenler  
Bundan özge yola sapmaz inşallah

Musa-i Kazım'dan gelen erenler  
Can baş feda edip ceme girenler  
Şah İmam Rıza'ya ağu verenler  
Divanda şefaât bulmaz inşallah

Bir gün olur okuturlar defteri  
Şah oğlunun elindedir teberi  
Uyanınca Taki, Naki, Askeri  
Açılan gülümüz solmaz inşallah

Şah Hatayim bu iş böyle biter ha  
Özünü katıver ulu katarı  
Mehdi şevki şu cihanı tatar a  
Müminlere sitem olmaz inşallah (Fikret Tuncel)

Deyiş sonrası dede, erenleri yine secdeye yatırır ve gülbank çeker. Secde sonrası canlar, edep erkân halde otururlar.

*Miraçlama:* “El ele, el Hakk’a” hizmetinden sonra kamber, miraçlama adı verilen nefesi okumaya başlar. Bu sırada dervişler yerde otururken bacılar ise ayakta. Bacılar dervişlerin başlarına secde ederler. Bu durum miraçlama sonuna kadar devam eder. Kamberler, cem törenlerinde çoğunlukla Şah Hatayî’nin, Feyzullah Çelebi’nin ve Hamdullah Çelebi’nin miraçlamalarını icra ederler (Doğan 1998: 164). Miraç dönüşünde kırklar meclisindeki olayları anlatan veya bu olaylara temas eden pek çok şiirin olduğunu söylemek mümkündür, ancak sadece bu anlatıyı esas alan şiirlere Alevi-Bektaşî zümrelerinde “miraçlama” adı verilmekte ve bu konuda Şah Hatayî’nin öne çıktığı görülmektedir (Ergun 1956: 122-123, Özmen 1995: 208). Ayrıca Kul Himmet Üstadım gibi halk şairlerinin de miraçlama türünde şiir söylediği bilinmektedir (Aslanoğlu 1995: 33). Gelenekte bu şairlerin miraçlamalarında herhangi bir değişiklik yapılmaz, mümkün olduğunca asıl metne bağlı kalınarak icra gerçekleştirilir. Balıkesir Çepnilerinin, biraz daha genel bir ifade ile Batı Anadolu Çepnilerinin cem törenlerinde Şah Hatayî’nin miraçlamaları icra edilmektedir (Şahin 2015).

*Semah Ayini:* Miraçlama sonrasında kamber en az üç tane semah nefesi çalar. Burada nefeslerin sayısı üç, beş, yedi, dokuz olabilir. Aynı şekilde semaha katılanların sayısı da yine tek sayılardan oluşur. Semaha kalkacaklar önce oldukları yerde, sonrasında ise delile niyaz ederler. Derviş ve bacılar delilden sonra kalkıp dara dururlar. Darda herkes birbiriyle helalleşir. Bacılar, dervişlerin omuzlarına niyaz ederler. Niyazdan sonra kamber, semah deyişlerini çalmaya başlar. İlk önce yavaş ritimli deyişler söylenir.



Alay alay olmuş gelen turnalar  
Kanadı var kolları var turnanın  
Silkinip uçamaz menzil göremez  
Gökyüzünde yolları var turnanın

Silkinip uçar da kanadın çırpar  
Seçer kılavuzları önüne katar  
Hasan Hüseyin'in semahın tutar  
Kerbela'da yolları var turnanın

Sesleri naziktir medhi okunur  
Avazı bağrımı deler dokunur  
Yalabık yalabık tüyler takınır  
Eğrim eğrim telleri var turnanın

Pir Sultan yardımcın Yaradan olsun  
Âşık olan âşık didarın bulsun  
Arif olan anlar cahil ne bilsin  
Her manadan dilleri var turnanın (Fikret Tuncel)

Semah ayininde, eğer cemin son günü ise, yeni musahip olanlarla birlikte tüm cem erenleri darda ayağa kalkar. İçlerinde dede de olmak kaydıyla hepsi semah döner. Bu arada kamber yine deyiş söyler. Semahı en son dönenler omuz omuza verirler. Başlarına dede, onun yanına da gözcü geçer. Darda sol el açık ve omuzlarda bağlı, sağ el kalp üstünde öne arkaya doğru eğilip kalkarlar. Burada kamber nefes söyler. Ardından Garipler semahı ya da Fatma Ana semahı denilen semaha geçilir. Burada herkes edep erkân halde iken bacılar semah döner. Bir veya üç bacı bu semah için yeterlidir. Kamber, bu semah esnasında şu deyişi söyler:

Dünü günü arzularız Kerbela  
Dönelim İmam Hüseyin aşkına  
Serden gayrı sermayem yok elimde  
Verelim İmam Hüseyin aşkına

Dertli öter seherin bülbülleri  
Mana söyler Hak elinin dilleri  
Taze açmış dost bağının gülleri  
Derelim İmam Hüseyin aşkına

Kapıyı çaldı Kırkların birisi  
Bir üzümünden mest oldu hepisi  
Ehl-i beyt güzel Şah'ın korusu  
Konalım İmam Hüseyin aşkına

Sarayın altından akıyor arklar  
Kuruldu semahlar dönüyor çarklar  
Bir üzümü de kırka bölen Kırklar  
Bölelim İmam Hüseyin aşkına

Rehber talibini arıkla getir  
Tamam eyle eksik yerlerin yetir  
Rıza lokmasını meydana getir  
Yiyelim İmam Hüseyin aşkına

Şah Hatayim bu yola beli deyi  
Çağrışırılar Muhammet Ali deyi  
Cümlemiz bu ikrarın kulu deyi  
Varalım İmam Hüseyin aşkına (Fikret Tuncel)

Edep erkân hiç bozulmadan Fatma Ana semahını dönen bacılar, yerlerine geçip edep erkân otururlar. Burada Kamber mersiye okur. Mersiyeinin sonunda kamber darda ayağa kalkar ve on iki hizmet sahibinin hizmetlerinin yerine varması için dededen dar duası alır. Sonrasında en az bir saat seyran verilir. Loşlar bu arada yenilir. Üç kişi veya beş kişi aynı tabaktan yerler. Loşların yenmesinden sonra saka suyu içilir. İçilen bu suyu önce dede dualar ve sonrasında cem erenleri içerler.

*Koyun Baba cemi:* Çepni cemine has bir hizmettir. Bacılar, dervişlerin dizine niyaz edecek şekilde otururlar. Bacılar, dervişlerin dizlerine secde ederler. Meleklerin Âdem'e secde etmesinin temsidir.

*Dardan indirme:* Cemde ölen kişinin dar kurbanı varsa erkekler cenaze namazına, bacı öldüyse bacılar cenaze namazına durur. Darı, ölen kişinin evlatları indirir. Mirasçılar, annenin veya babanın borcu varsa kefil olur. Ölen erkeğe erkeklerin sağ elleri göğüste, sol elleri diğer dervişte saf tutulur. İlk önce kamber dar nefesi okur:

İşte geldim işte gittim  
Yaz çiçeği gibi bittim  
Şu dünyada ne iş ettim  
Ömürcüğüm geldi geçti

Çağırdılar imam geldi  
Her biri bir işe yeldi  
Azrail pençesin saldı  
Can kafesten uçtu gitti

Ayırdılar ilimizden  
İp attılar belimizden  
Pek tuttular kolumuzdan  
Can cesetten uçtu gitti

İlettiler mezarıma  
Sığındım gani Kerim'e  
Toprak attılar serime  
Gözüm yaşı taşıtı gitti

Kabrime bir melek geldi  
Bana bir sualcik sordu  
Hışm edip bir topuz vurdu  
Tebdilciğim şaştı gitti

Teslim Abdal oldu tamam  
İşte geldi ahir zaman  
Yardımcımız On İki İmam  
Ten türaba karıştı gitti (Fikret Tuncel)

Darda dede, dar indirecek candan niyaz alır. Dede, dar duası yapıp cem erenlerine cenaze namazını kıldırır. Canlardan helallik ister.

*Helalleşme ve cemi bağlama:* Cemin son gününde dede, bütün cem erenleriyle helalleşir. Dede, cemde görev alan hizmet sahiplerine dua eder: Kurbançı için dede: “Allah Allah darları kabul ola, muratları hâsıl ola, Muhammet Ali istediğinizi, dileğinizi vere, kurbançının hizmeti kabul ola, hizmetinden şefkat bula, gerçeğe hu.” der. Gözcüye “Bismişah, Allah Allah darları kabul ve hâsıl ola, Muhammet Ali isteklerini, dileklerini vere, Şah-ı Merdân’ın, Gözcü Kara Ahmet’in himmetleri, kerametleri üzerimizde hazır ve nâzır ola, hayır hizmetleri kabul ola, Hz. Hüseyin dergâhına kayıt ola, gerçeğe hu.” diye dua eder. Lokmacı bacılar için de dua edilir: “Allah Allah darları kabul ola, muratları hâsıl ola, geldikleri yerden, durdukları dârdan, ettikleri hayır hizmetten şefaath bulalım, lokmaları kabul, yüzleri ak ola, Hatice ve Fatıma katarından, didarından ayırmaya, hizmetleri Hz. Hüseyin dergâhına yazıla, gerçeğe hu.” Bu arada süpürgeci, Allah Muhammet yâ Ali der ve süpürgeyi üç kez çalar ve ardından dede şu duayı okur: “Allah Allah on iki imamın himmeti, kerameti üzerimizde hâzır ve nâzır ola, süpürgecinin hayır hizmeti kabul ola, hizmetinden şefaath bula, hizmeti Hz. Hüseyin’in dergâhına yazıla, gerçeğe hu.” İbrıkçı, üç damla su döker ve “Allah Muhammet yâ Ali” der. Dede ise “Bismişah, Allah Allah ma’na-yı marifet, nur-ı hakikat, hizmet-i Muhammet’ten şefaath, Ali’den hidâyet ola, hayır hizmeti kabul ola, hizmetinden şefaath bula, Hz. Hüseyin dergâhına yazıla, gerçeğe hu.” der. Kamber de dededen sonra cem erenleriyle vedalaşmayı saziyla yapar. Burada şu nefesi söyler:

Geldik gider olduk illerinize  
Dostlar bizi sefayla gönderin  
Doymadık tatlı dillerinize  
Dostlar bizi sefayla gönderin

Himmet edin şu dağları aşalım  
Pir aşkına kaynayalım çoşalım  
Gelin birer birer helalleşelim  
Dostlar bizi sefayla gönderin

Çıkalım yaylaya inelim düze  
Yaren canlar himmet edin bize  
Bir selam yollasam gelir mi size  
Dostlar bizi sefayla gönderin

Şöyle bir güzelden ahd alamadım  
Bir ahdine bütün yar bulamadım  
Bir daha ya geldim ya gelemedim  
Dostlar bizi sefayla gönderin

Pir Sultan Abdal'ım Hakk'a yakındır  
Edebi erkânı hemen takın dur  
Ölüm uzak derler ama yakındır  
Dostlar bizi sefayla gönderin (Fikret Tuncel)

Kamber, nefesten sonra cem erenlerine üç defa hakkınızı helal edin der. Helalleşme sonrasında cemi bağlama nefesini okur. Nefesten sonra delil sır edilir, bütün derviş ve bacılar, dede ve kamberle helalleşip evlerine dağılırlar.

## SONUÇ

Alan araştırması yöntemiyle elde edilen veriler üzerine yapılan tespit ve değerlendirmeler neticesinde kamberlik geleneğinin Balıkesir Çepnilerinin cemlerindeki rolü üzerine şu sonuçlara ulaşmak mümkündür:

1. Çepni cemlerinde kamber veya zâkir olarak adlandırılan kişilerin diğer hizmet sahipleri gibi cem törenlerinin işleyişinde yerine getirmesi gereken görevleri bulunmaktadır. Ancak dedeyle birlikte diğer hizmet sahiplerine göre kamberler, cemlerin sürdürülebilmesi için oldukça önemli bir konuma sahiptirler. Alan araştırmasında da görüldüğü üzere saz çalıp nefes söyleyen kamberlerin sayısı diğer hizmet erbaplarına göre daha azdır. Hatta son yıllarda sayının giderek düşüş eğilimi gösterdiğini de ifade edebiliriz. Diğer bir ifadeyle cem törenlerinin sürüldüğü her köyde veya mahallede dede ve kamberin dışında on hizmet sahibi bulunurken kamber çoğunlukla başka yerleşim yerlerinden ceme katılmaktadır. Durum böyle olunca her dede, yanında bir kamberle köy köy dolaşip cemlere katılmaktadırlar. Bu bakımdan kamberlik geleneğinin Çepni köylerinde ve kültüründe ayrı bir yere ve ehemmiyete sahip olduğunu belirtmeliyiz.

2. Cem törenlerinin daha hazırlık aşamasından itibaren dedeyle birlikte kamberlerin de önemli rolleri vardır. Dedenin yanında cemlerin planlanması dâhil, cemlere katılacak canların tespiti ve diğer hizmetlerin belirlenmesinde kamber aktif görevler üstlenmektedir. Cem dışındaki bir etkinliğini kamber, cemde de sürdürmektedir. Cemin her safhasında dedenin gülbanklarının ve dualarının yanında kamberin nefesleri ya da deyişleri cemin sürülebilmesi için gereklilik

arz etmektedir. Bütün bunlar, kamberleri cem ayinleri için asli unsurlardan birisi haline getirmiştir. Özellikle nefeslerle cem ayinlerinde yürütülen ibadetlerde ve dönülen semahlarda kamberlerin rolleri daha iyi görülmektedir.

3. Alevilik-Bektaşılık inanışlarının içinde yetişen kamberler, cemlerde usta malı diyebileceğimiz geleneğin belirlemiş olduğu şiirleri icra etmektedirler. Ulu ozanlara ait olan bu şiirlerin mısra yapıları ve hane sayılarına çoğunlukla müdahale edilmemektedir, ancak sözlü kültürün doğası gereği bazı şiirlerde varyantlaşmalar olabilmektedir. Cemlerde icra edilen nefesler gözden geçirildiğinde buradaki şiirlerin ulu ozanlardan özellikle Pir Sultan Abdal, Şah Hatayî ve Kul Himmet'e ait olduğu görülmüştür. Yazılı aktarımdan çok sözlü aktarımın hâkim olduğu Çepnilerde sözlü kültürde etkisi daha fazla olan ulu ozanların şiirlerine cemlerde yer verildiğini söyleyebiliriz. Örneğin ulu ozanlardan olmasına rağmen Fuzuli ve Nesimi gibi şairlerin şiirlerine cem düzeni içinde rastlanmamıştır.

4. Balıkesir civarında yetişip cemlere katılan kamberler, kendilerini Çepni boyuna mensup gördükleri gibi kendi boylarının dışında kalan Alevi-Bektaşî zümrelerinin cemlerine katılmamaktadırlar. Adeta Çepni boyunun zâkirleri ya da kamberleri durumunda olan bu tipler, cemlerin içeriklerinde de Çepnilerle has bazı düzenlemeler yapmışlardır. Kendilerine ait şiirlerinde Çepni boyunu ve Çepniliği anlattıkları ve övdükleri şiirlerinden hareketle kamberlerin kendi boylarıyla anılmak istediklerini ve boy kimliği bilincinin oluşmasında ve aktarılmasında etkin olduklarını söyleyebiliriz.

5. Kamberlik geleneğinin Alevi-Bektaşî zümrelerindeki durumunun takip edilebilmesi ve bu geleneğin Türk halk şiiriyle olan bağlarının ortaya konabilmesi için bahsedilen zümrelerdeki cem törenlerinin kamberlik eksenli olarak ele alınmasının faydalı sonuçlar vereceğini söyleyebiliriz. Cemlerin içerikleri ve kamberlerin cem törenlerindeki rolleri her bölgede ayrı ayrı ortaya konduğunda mukayeseli çalışmaların önü açılacağı gibi, kamberliğin geleneksel Türk şiir geleneği içindeki yeri daha rahat belirlenebilecektir.

## YAZILI KAYNAKLAR

- Akın, B. (2016). *Zâkirlik Geleneğinin Değişen Yaratım ve İcra Ortamı Zâkirlikten Âşıklığa Âşık Niyazi*. Ankara: Barış Kitap.
- Aslanoğlu, İ. (1995). *XIX. Yüzyıl Bektaşî Şairi Kul Himmet Üstadım –Yaşamı, Kişiliği ve Şiirleri-*. İstanbul: Can Yayınları.
- Doğan, G. (1998). *Alevîlik'te Ön Bilgiler ve Cem, Zakirlik*. İstanbul: Can Yayınları.
- Duymaz, A., Aça, M., Şahin, H. (2011). Balıkesir Yöresi Çepni ve Tahtacılarında Kamberlik Geleneği. *Alevilik Araştırmaları Dergisi*, 2, 41-58.
- Ersal, M. (2009). Alevi Cem Zâkirliği: Battal Dalkılıç Örneği. *Alevilik-Bektaşilik Araştırmaları Dergisi*, 1, 188-205.
- Kahraman, S. (2016). *Kamber Fikret Tuncel ve Cem Şiirleri*. Bitirme Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Ergun, S. N. (1956). *Hatâyî Divanı Şah İsmail Safevî Edebî Hayatı ve Nefesleri*. İstanbul: Maarif Kitaphanesi.
- Özmen, İ. (1995). *Alevî-Bektaşî Şiirleri Antolojisi*. Cilt II, Ankara: Saypa Yayınları.
- Şahin, H. (2013). *Çepniler: Tarih, İnanış ve Halkbilimi*. Ankara: Altınpost Yayınları.
- Şahin, H. (2015). Ritüel Ve Kutsal Anlatı İlişkisi Bağlamında Balıkesir Çepnilerinin Cem Törenlerindeki “Miraçlama”lar Üzerine Bir Değerlendirme. *Milli Folklor*, 105, 99-110.
- Taşgın, A. (2009). Cem, Cemevi ve İşlevleri. *Geçmişten Günümüze Alevî-Bektaşî Kültürü*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 211-225.
- Yaman, M. (2009). Alevîlik ve Bektaşilikte Temel Âyin ve Erkânlar, *Geçmişten Günümüze Alevî-Bektaşî Kültürü*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 328-329.

## SÖZLÜ KAYNAKLAR

- Fikret Tuncel, 1961 Karamanlar doğumlu, kamber.
- Zeynel Ercan, 1937 Kabakdere doğumlu, kamber.
- Hüseyin Çelikkanat, 1937 Kabakdere doğumlu, kamber.
- Yaşar Bora, 1965 Gökçeören doğumlu, kamber.
- Rahmi Ayhan, 1961 Akyar doğumlu, kamber.



# “HAREKET” VE “ADIM” BAĞLAMINDA EĞİTİM BİLİMLERİ MAKALELERİNİN GİRİŞ BÖLÜMLERİNİN İNCELENMESİ<sup>1</sup> Analysis of the Introduction Parts of Educational Science Articles in the Context of “Movement” and “Step”

Gönderim Tarihi: 01.08.2018

Kabul Tarihi: 23.10.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492564

Halil Erdem ÇOCUK\*

**ÖZ:** Bu çalışmada 2005 ve 2015 yıllarında yayınlanan Eğitim bilimleri (Eğitim bilimleri, Fen/Matematik bilimleri eğitimi ve Sosyal bilimler eğitimi) alanlarındaki makalelerin sözbilimsel yapılarını saptamak, bu yapıların kullanım sıklıklarını ve düzeylerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışma, alanyazındaki sözbilimsel yapı çözümlenmesi incelenerek yeni bir model oluşturulması; makalelerin giriş bölümlerini oluşturma sürecinde araştırmacıların yararlanmış oldukları tekniklerin ve alt tekniklerin listelenmesi ve farklı alanlardaki çalışmaların sözbilimsel yapı çözümlerinin ortaya konması bağlamında önemlidir. Betimsel tarama modelinin kullanıldığı çalışmada, ULAKBİM Dergi Park Sistemi veri tabanında 2005-2015 yıllarında yayınlanan, başlığında “eğitim” kelimesi yer alan dergilerin ilk ve son sayılarındaki ilk üç eğitim içerikli Türkçe makaleler incelenmiştir. Veri toplama aracı olarak “Bilimsel Makalelerin Giriş Bölümlerindeki Hareket ve Adımları Değerlendirme Ölçeği” ve “Bilimsel Makalelerin Giriş Bölümlerinde Kullanılan Teknik ve Alt Teknikleri Belirleme Çizelgesi” kullanılmıştır. Çalışmada hareketlerin ve adımların bulunma oranları ile düzeyleri arasında farklılıklar gözlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Akademik Yazma, Sözbilimsel Yapı, Hareket, Adım, Bilimsel Metinler.

**ABSTRACT:** This study aims to determine rhetorical structures of articles published in journals of educational sciences (Educational Sciences, Science/Mathematics Education and Social Sciences Education) between 2005 and 2015, to reveal frequency and level of use of these structures. The study is important in that a new model is constructed by examining analyses of rhetorical structures in literature, techniques and sub-techniques that researchers utilized while building introduction part of journals are listed. In this descriptive study, the first three educational-content Turkish articles, involving the word “education” in their titles, published in the first and last issues of journals which take part in ULAKBİM Journal

<sup>1</sup> Bu makale, “Eğitim Bilimleri Alanındaki Makalelerin Giriş Bölümlerinin Bilimsel Söylem Yapısı Bağlamında İncelenmesi” başlıklı doktora tezinin bir kısmıdır.

\* Dr., Mersin Üniversitesi/Eğitim Fakültesi, halilerdemcocuk@gmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0003-0027-4223.

Park System between 2005 and 2015 were analyzed. Evaluation Scale of Moves and Steps in Introduction Part of Scientific Articles (EMSIP) and Chart of Techniques and Sub-techniques in Introduction Part of Scientific Articles were applied as data collection tools. It is observed in the study that there are differentiations between rates and levels of moves and steps.

**Keywords:** Academic Writing, Rhetorical Structure, Move, Step, Scientific Articles.

## GİRİŞ

Temelde bir metin üretme süreci olan yazma eylemi, kişinin duygu, düşünce, uğraş ve buluşlarının diğer insanlara yazıyla aktarılmasını hedefler. Bu nedenle, konuşma eylemiyle birlikte anlatma becerilerinin bir ögesidir. Alanyazında yazma eğitimi ilişkin Güneş (2007: 159-160) “beyinde yapılandırılmış bilgilerin yazıya dökülmesi” ifadesiyle yazma sürecinin bilişsel yönüne vurgu yapmıştır. Yazmanın temel amacının *okunmak* olduğunu belirten Karadağ’a göre (2011: 147) yazı doğrudan doğruya okuruna seslenir ve muhatap olarak görülen okurun yazı yoluyla aktarılan anlamları elde etmesi beklenir. Karatay (2011: 21) da yazmanın bugünkü bilim, kültür ve medeniyet seviyelerine ulaşmada önemli katkılarının olduğunu ifade etmiştir. Karadağ ve Maden’in (2013: 271) ifade ettiği üzere modern toplumların temel kurumlarından olan okulun birincil işlevi, bireyi okuryazar hale getirmektir. Bu bağlamda yazma eyleminin öğretimi, temel dil becerileri öğretimi içinde önemli bir yere sahiptir. Yazma eğitimi, ilkökul çağlarında çizgi çalışmaları ve ilkökuma-yazma uğraşlarıyla başlar ve gelişerek devam eder. Akademik yazma ise bu sürecin son aşamalarına denk gelir. Akademik yazma sürecinde öğrenciler ilk başlarda ödev hazırlama, deneyleri raporlama gibi temel bilimsel ölçütlere göre yazma uğraşları gösterir. Daha sonraki süreçte ise bilimsel araştırma yöntemlerine uygun bilimsel metin üretme aşamasına geçilir.

Alanyazında akademik yazı, düşüncelerin mantıksal olarak yapılandırıldığı ve gerekçelendirildiği bir metin türü olarak tanımlanmaktadır. Üniversitelerde öğrencilerin yazdığı kompozisyonlar (essay), araştırma raporları ve tezler, akademik yazı türleri arasında yer alır (Gillet ve ark., 2009). Kurmaca nitelikli yazılardan farklı olan akademik yazı, yazarın konuya ilişkin düşüncesini tanıtır ve bunu bilimsel temellere dayandırır. Akademik yazı çoğunlukla iki noktayı karşılaştırma, bir çözümü tartışma, bir projeyi tanıtma, bilgiyi özetleme, bir araştırma ya da deneyi raporlaştırma hakkında yazılır (Boardman ve Frydenberg, 2002). Bayat (2014: 157) ise akademik yazının diğer metin türlerinden farklılaşan özelliklerini “*içerik, organizasyon, dil kullanımı ve sözcük seçimi*” olarak sıralamıştır. Swales ve Feak (2004: 7) de akademik yazmanın “*hedef kitle, amaç, organizasyon (planlama), anlatım tarzları, akıcılık, sunum*” gibi birçok düşüncenin ürünü olduğunu belirtir. Bunun yanında Tompkins (2009’dan Akt.

Tok: 2013: 3), günlük dil ile akademik metinlerde kullanılan dil özellikleri arasında "konu, kelime kullanımı, cümle yapısı ve bakış açısı" bağlamlarında birtakım farklılıklar olduğunu öne sürmüştür.

Akademik yazma üzerine yapılan çalışmalar, günümüzde tür çözümlemesi üzerinde yoğunlaşmaktadır. Tür çözümlemeleri alanında ise Swales'in (1981; 1990; 2004) çalışmaları araştırmacılara rehberlik etmiştir. Akademik yazma ile ilgili yurtiçi (Huber ve Uzun, 2000; Yazar, 2001; Cem-Değer ve Fidan, 2008; Fidan, 2008; Kan, 2014) ve yurt dışı çalışmalarda (Najjar, 1990; Anthony, 1994; Duszak, Bisenbach ve Lucas, 1994; 1994; Taylor ve Tingguang, 1991;; Ahmad, 1997; Cmejrkova ve Danes 1997; Samraj, 2002;) yöntem olarak Swales'in (1981; 1990; 2004) geliştirmiş olduğu modellerin veya bu modellerden hareketle geliştirilmiş sürümlerin kullanıldığı görülmüştür. Bunun dışında İşsever (2002) bilimsel metinlerde konu; Türkkan (2005) merkezleme kuramı çerçevesinde bilimsel metinlerde belirginlik ve gönderimsel bağdaşıklık; Çalışır (2007) bilimsel metinlerde olumsuzluk; Karadağ doktora tezlerinde tematik ve metodolojik inceleme; Uzun, Keçik, Turan ve Erk Emeksiz (2010) bilimsel metinlerde kanıtlama eylemi ve retorik sunumlar; Çakır (2011) bilimsel metinlerde olumsuzlama konulu çalışmalarda bulunmuşlardır. Kan ve Gedik (2016) ise çalışmalarında Türkçe eğitimi alanında yüksek lisans tezi tamamlayanların akademik yazma ve tez oluşturma sürecine ilişkin görüşlerini değerlendirmişlerdir. Bayat (2014) da çalışmasında öğretmen adaylarının eleştirel düşünme düzeyleri ile akademik yazma başarıları arasındaki ilişkiyi incelemiştir.

## Amaç ve Önem

Bu çalışmada 2005 ve 2015 yıllarında yayınlanan Eğitim bilimleri (eğitim bilimleri, fen/matematik bilimleri eğitimi ve sosyal bilimler eğitimi) alanlarındaki makalelerin sözbilimsel yapılarını (hareketleri ve adımları) saptamak, bu yapıların kullanım sıklıklarını ve düzeylerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın problemleri ve alt problemleri şu şekilde belirlenmiştir:

1. 2005 yılında yayınlanan Eğitim Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde;
  - a. bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareket/adımların yer alma durumları nasıldır?
  - b. bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareket/adımların GİBHAD'a göre düzeyleri nedir?
  - c. bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik tekniklerin makalelerin alanlarına göre yer alma durumları nasıldır?
2. 2015 yılında yayınlanan Eğitim Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde;

- d. bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareket/adımların yer alma durumları nasıldır?
- e. bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareket/adımların GİB-HAD'a göre düzeyleri nedir?
- f. bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik tekniklerin makalelerin alanlarına göre yer alma durumları nasıldır?

Bu çalışmada Eğitim bilimleri (Eğitim Yönetimi, Teftiş ve Planlama, Eğitim Programları ve Öğretim, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık vb.), Fen-Matematik eğitimi (Fen eğitimi, Matematik eğitimi, Geometri eğitimi, Biyoloji eğitimi vb.), Sosyal Bilimler eğitimi (Türkçe eğitimi, Sosyal bilimler eğitimi, Yabancı diller eğitimi, Özel eğitim vb.) alanlarına ilişkin sözbilimsel yapılar ve tekniklere/alt tekniklere yer verilmiştir. Bu veriler ise 2005 ve 2015 yıllarına göre sınıflandırılmıştır. Böylece farklı alanlardaki çalışmaların sözbilimsel yapı çözümleri ortaya konmuştur. Araştırmacıların alanlara özgü sözbilimsel yapı ve teknik tercihlerinin kendilerinden sonraki araştırmacılara kolaylık sağlaması ve daha özgün bilimsel metinler üretmesi bağlamında önemlidir.

## YÖNTEM

Bu bölümde, araştırma modeli, evren ve örnekleme, veri toplama yöntemleri ve verilerin çözümlenmesine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

### *Araştırma Modeli*

Bu çalışma, betimsel tarama modelinde yapılmıştır. Tarama modelleri, geçmişte veya hâlen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey veya nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır (Karasar, 2006: 77).

### *Evren ve Örneklem:*

ULAKBİM Dergi Park Sistemi veri tabanında başlığında "eğitim" kelimesinin yer aldığı dergilerden 2005 yılından bu yana aralıksız biçimde yılda en az iki sayı çıkaran dergilerdeki (8 adet) eğitim bilimleri makaleleri, bu çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu makalelerden 2005 ve 2015 yıllarında ilk ve son sayılarda yayınlanan ilk üç eğitim içerikli Türkçe makaleler ise çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bu dergiler içinden Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisindeki 2005 yılı ilk ve son sayısından örnekleme ölçütlerine uygunluk gerekçesiyle birer makale seçilmiştir. İstanbul Üniversitesi Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisinin 2005 yılı yayınlarında da benzer sorun ile karşılaşmıştır. Bu sorun ise bir önceki yılın son sayısı ile bir sonraki yılın ilk sayısından alınan birer makale ile giderilmiştir. Böylece çalışmada 2005 yılı ilk sayıdan 22, son sayıdan 22 olmak üzere 44 makale incelenmiştir. Bununla birlikte 2015 yılından da ölçütlere uygun şekilde ilk sayıdan 24 son sayıdan 24 olmak üzere 48 makale seçilmiştir.

### *Veri Toplama Araçları:*

Araştırmada 2 ayrı veri toplama aracı geliştirilmiştir. Bunlar: Bilimsel Makalelerin Giriş Bölümlerindeki Hareket ve Adımları Değerlendirme Ölçeği (Gİ-BHAD) ve Bilimsel Makalelerin Giriş Bölümlerinde Kullanılan Teknik ve Alt Teknikleri Belirleme Çizelgesidir.

*Bilimsel Makalelerin Giriş Bölümlerindeki Hareket ve Adımları Değerlendirme Rubriği (GİBHAD):* Dereceli Puanlama Anahtarı biçiminde hazırlanan bu ölçme aracında makalelerin giriş bölümlerindeki adımlar 0-6 puan aralığında derecelendirilmiştir. Ölçme aracında hareketlerin puanı, içerdiği adımların puanları toplamına eşit kabul edilmiştir. Derecelendirmede şu puanlar kullanılmıştır: 0=yok, 2=yetersiz, 4=yeterli, 6=oldukça iyi.

*Bilimsel Makalelerin Giriş Bölümlerinde Kullanılan Teknik ve Alt Teknikleri Belirleme Çizelgesi:* Bilimsel makalelerde kullanılan teknikler (tanımlama, alanyazına değinme, kavramın gelişim sürecini sunma, konu ile ilgili resmî kaynaklara başvurma, görsel kullanma ve kaynak gösterme) ve alt tekniklerin kullanım sıklığını (frekans) ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çizelgede teknik ve alt tekniklerin hareket ve adımlarda gerçekleşme sıklığı da tespit edilmiştir. Çizelgenin geliştirilme sürecinde Miles Huberman formülünden yararlanılmıştır.

### *Veri Analizi:*

Çalışmanın veri analizinde içerik analizinden yararlanılmıştır. İçerik analizi sözel, yazılı ve diğer materyallerin nesnel ve sistematik bir şekilde incelenmesine olanak tanıyan bilimsel bir yaklaşımdır (Tavşancıl ve Aslan, 2001). Cohen, Manion ve Morrison (2007)'a göre içerik analizi, eldeki yazılı bilgilerin temel içeriklerinin ve içerdikleri mesajların özetlenmesi ve belirtilmesi işlemi olarak da tanımlanmaktadır. Sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılan içerik analizi, belirli kurallara dayalı kodlamalarla kitap, kitap bölümü, mektup, tarihsel dokümanlar, gazete başlıkları ve yazıları gibi bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik, yinelenen bir teknik olarak tanımlanabilir. İçerik analizinde, dokümanlardan elde edilen nitel araştırma verilerinin işlenmesi, verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması şeklinde dört aşama bulunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Bu çalışmada da 2005 ve 2015 yılına ait makaleler tasnif edilmiş, alanlara ayrılmış; geliştirilen rubrikler yardımıyla veriler kodlanmış, temalar ve alt temalar bulgulanmıştır.

"Bilimsel Makalelerin Giriş Bölümlerinde Kullanılan Teknik ve Alt Teknikleri Belirleme Çizelgesinin güvenilirliğini gerçekleştirmek amacıyla Miles ve Huberman'ın (1994) önerdiği güvenilirlik formülü kullanılmıştır. Güvenirlik=Görüş Birliği/(Görüş Birliği+Görüş Ayrılığı) hesaplama sonucunda çalışmanın güvenilirliği % .86 olarak saptanmıştır. Güvenirlik hesaplarının %70'in üzerin-

de çıkması, araştırma için güvenilir kabul edilmektedir (Miles ve Huberman, 1994). Burada elde edilen sonuç, araştırma için güvenilir kabul edilmiştir.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

### Birinci Probleme İlişkin Bulgular

Bu bölümde teze kaynaklık eden makaleler çalışmanın amaçları doğrultusunda incelenmiştir. Çalışmanın ilk alt problem cümlesi “2005 yılında yayınlanan Eğitim Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareket/adımların yer alma durumları nasıldır?” şeklindedir. Söz konusu alt problem cümlesine ilişkin bulgular Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1:** 2005 Yılı Eğitim Bilimleri Alanı Makalelerindeki Hareket ve Adımların Yer Alması

Makale No	Dönem	H1		H2		H3		Toplam
		A1	A2	A1	A2	A1	A2	
M1	2005-1	+	-	-	+	+	+	4
M2	2005-1	+	+	-	+	+	+	5
M3	2005-1	+	+	+	-	+	+	5
M4	2005-2	+	+	+	-	+	+	5
M5	2005-2	+	+	-	+	+	+	5
M6	2005-2	+	-	-	+	+	+	4
M7	2005-1	+	+	-	+	+	+	5
M9	2005-1	+	-	-	+	+	-	3
M11	2005-2	+	-	-	+	+	-	3
M12	2005-2	+	-	-	+	+	+	4
M13	2005-1	+	+	-	-	+	-	3
M16	2005-2	+	+	-	+	+	+	5
M23	2005-2	+	-	-	+	+	-	3
M24	2005-2	+	-	-	+	+	-	3
M26	2005-1	+	+	-	+	+	-	4
M31	2005-1	+	+	-	-	+	-	3
M32	2005-1	+	+	-	-	+	+	4
M37	2005-1	+	-	-	-	+	+	3
M38	2005-1	+	-	-	+	+	+	5
M39	2005-1	+	+	-	+	+	+	5
M40	2005-2	+	-	-	-	+	+	3
M42	2005-2	+	+	-	+	+	+	5
Toplam		22	12	2	15	22	15	89
Yüzde		100	54.54	9.09	68.18	100	68.18	67.42

Tablo 1 incelendiğinde "Konuyu Tanıtma" hareketine ilişkin "Kuramsal Bilgi Sunma" adımının makalelerinin tamamında görüldüğü saptanmıştır. Aynı harekette bulunan "Önceki Araştırmalara Değınme" adımı ise 12 makalede bulunmaktadır. "Araştırmayı Gerekçelendirme" hareketinin "Yer Açma" adımı ise sadece 2 makalede vardır ve görölme oranı %9,09'dır. İkinci adım olan "Önem Belirtme" ise makalelerin %68,18'inde yer almaktadır. Diğer hareket Araştırmayı Sunmanın ilk adımı "Genel Amacı Belirtme" bütün makalelerde vardır. 22 makalelerin 15'inde (%68,18) ikinci adım "Alt Amaçları Belirtme" bulunmaktadır. 2005 yılı eğitim bilimleri alanı makalelerindeki hareketlerin ve adımların toplam sayısı 89'dur.

Çalışmanın bir diğer alt problem cümlesi "2005 yılında yayınlanan Eğitim Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareketler ve adımlara ilişkin değerlendirme nasıldır?" şeklindedir. Bu araştırma sorusu, bir önceki araştırma sorusunun tamamlayıcısı niteliğindedir. Makalelerdeki hareket ve adımların gerçekleşme düzeylerine ilişkin bilgi vermektedir. 2005 yılı eğitim bilimleri alanı makalelerindeki hareketler ve adımlara ilişkin GİBHAD Ölçeği sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur.



**Tablo 2:** 2005 Yılı Eğitim Bilimleri Alanı Makalelerindeki Hareketler ve Adımlara İlişkin Değerlendirme

Makale No	Dönem	H1		H2		H3		Top.	Ort.
		A1	A2	A1	A2	A1	A2		
M1	2005-1	3	0	0	3	4	4	14	2.33
M2	2005-1	4	4	0	4	5	5	22	3.66
M3	2005-1	6	6	3	0	5	5	26	4.33
M4	2005-2	5	4	3	0	5	5	22	3.66
M5	2005-2	2	5	0	3	3	4	17	2.83
M6	2005-2	3	0	0	2	3	4	12	2,00
M7	2005-1	3	1	0	2	3	4	13	2.16
M9	2005-1	3	0	0	0	3	0	6	1,00
M11	2005-2	2	0	0	2	2	0	6	1,00
M12	2005-2	2	0	0	2	2	3	9	1.50
M13	2005-1	3	3	0	0	3	0	9	1.50
M16	2005-2	3	1	0	3	3	1	11	1.83
M23	2005-2	1	0	0	2	1	0	4	0.66
M24	2005-2	3	0	0	2	1	0	6	1,00
M26	2005-1	3	4	0	2	4	0	11	1.83
M31	2005-1	3	3	0	0	4	0	10	1.66
M32	2005-1	2	4	0	0	3	2	11	1.83
M37	2005-1	5	0	0	0	5	5	15	2.50
M38	2005-1	5	0	0	5	5	5	20	3.33
M39	2005-1	4	4	0	5	4	2	19	3.16
M40	2005-2	4	0	0	0	4	4	12	2,00
M42	2005-2	3	2	0	3	2	2	12	2,00
Ortalama		3.27	1.86	0.27	1.81	3.36	2.5		2.17

Tablo 2'ye göre "Konuyu Tanıtma" hareketine ilişkin "Kuramsal Bilgi Sunma" adımının ortalama puanı 6 üzerinden 3.27'dir. Bu adımın gerçekleşme oranı ise %100'dür. Bu veriler doğrultusunda "Kuramsal Bilgi Sunma" adımı bütün makalelerde bulunmasına rağmen düzey olarak ortalamanın biraz üzerindedir. %54.54 bulunma oranına sahip olan "Önceki Araştırmalara Değinme" adımının düzeyi ise 1.86'dır. Bu adımın makalelerdeki kullanım düzeyinin ortalamanın çok altında olduğu görülmektedir. İkinci hareketin birinci adımı olan "Yer Açma" 22 makaleden sadece 2 makalede bulunmaktadır ve ortalama puanı ise 0.31'dir. İkinci hareketin ikinci adımı olan "Önem Belirtme" ise makalelerin %68,18'inde bulunmasına rağmen 1.81 ortalama düzeyindedir. Araştırmayı Sunma hareketinin "Genel Amacı Belirtme" adımı makalelerin tümünde yer

alırken makalelerdeki uygun gerçekleşme düzeyi 3.36 olarak bulgulanmıştır. "Alt Amaçları Belirtme" adımı, %68.18 makalelerde bulunma yüzdeliğine rağmen 2,5 düzeyinde kalmıştır. Makaleler içindeki en düşük ortalama puan 0.66 iken en yüksek ortalama 4,33'tür. Genel ortalama ise 2.17'dir.

"2005 yılında yayınlanan Fen Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareket/adımların yer alma durumları nasıldır?" şeklinde ifade edilen bir diğer alt probleme ilişkin bulgular Tablo 3'te sunulmuştur.

**Tablo 3:** 2005 Yılı Fen Bilimleri Alanı Makalelerindeki Hareket ve Adımların Yer Alması

Makale No	Dönem	H1		H2		H3		Toplam
		A1	A2	A1	A2	A1	A2	
M17	2005-2	+	+	-	-	+	-	3
M18	2005-2	+	+	+	-	+	+	5
M20	2005-1	+	-	-	+	+	-	3
M21	2005-1	+	+	-	-	+	-	3
M25	2005-1	+	+	-	-	+	-	3
M27	2005-1	+	+	-	-	+	-	3
M28	2005-2	+	-	-	-	+	-	2
M29	2005-2	+	-	-	+	+	-	3
M30	2005-2	+	+	-	-	+	-	3
M34	2005-2	+	-	-	-	+	-	2
M41	2005-2	+	-	-	+	+	-	3
Toplam		11	6	1	3	11	1	33
Yüzde		100	54.5	9	27.2	100	9	50

Tablo 3'e göre "Konuyu Tanıtma" hareketine ilişkin "Kuramsal Bilgi Sunma" adımı Fen bilimlerindeki makalelerin tamamında görülmektedir. "Önceki Araştırmalara değinme" adımı ise 6 adet makalede yer almaktadır ve yüzdelik oranı %54,5'tir. "Araştırmayı Gereççelendirme" hareketinin "Yer Açma" adımı ise sadece 1 makalede vardır ve görülme oranı %9'tur. İkinci adım olan "Önem Belirtme" ise makalelerin %27,2'sinde yer almaktadır. Üçüncü hareket Araştırmayı Sunma kısmında ise "Genel Amacı Belirtme" adımı bütün makalelerde vardır. 11 makalelerin sadece 1'inde (%9) ikinci adım "Alt Amaçları Belirtme" bulunmaktadır. 2005 yılı fen bilimleri alanı makalelerindeki hareketlerin ve adımların toplam sayısı 33'tür ve bütün makalelerdeki hareket/adımların kullanım oranı %50'dir.

“2005 yılında yayınlanan Fen Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareketler ve adımlara ilişkin değerlendirme nasıldır?” sorusuna ilişkin bulgular ise Tablo 4’te gösterilmiştir.

**Tablo 4:** 2005 Yılı Fen Bilimleri Alanı Makalelerindeki Hareket ve Adımlara İlişkin Değerlendirme

Makale No	Dönem	H1		H2		H3		Toplam	Ortalama
		A1	A2	A1	A2	A1	A2		
M17	2005-2	1	3	0	0	3	0	7	1.16
M18	2005-2	3	3	2	0	3	4	15	2.5
M20	2005-1	1	0	0	2	3	0	6	1
M21	2005-1	2	1	0	0	3	0	6	1
M25	2005-1	2	4	0	0	4	0	10	1.66
M27	2005-1	3	5	0	0	5	0	13	2.16
M28	2005-2	5	0	0	0	4	0	9	1.5
M29	2005-2	5	0	0	4	4	0	13	2.16
M30	2005-2	4	3	0	0	4	0	11	1.83
M34	2005-2	5	0	0	0	4	0	9	1.5
M41	2005-2	3	0	0	4	4	0	11	1.83
Ortalama		3.09	1.72	0.18	0.90	3.72	0.36		1.66

Tablo 4’e göre “Konuyu Tanıtma” hareketine ilişkin “Kuramsal Bilgi Sunma” adımının ortalama puanı 6 üzerinden 3.09’dur. Bu adımın gerçekleşme oranı ise %100’dür. %54.5 bulunma oranına sahip olan “Önceki Araştırmalara Değinme” adımının düzeyi ise 1.72’dir. İkinci hareketin birinci adımı olan “Yer Açma” 11 makalenin sadece birinde bulunmaktadır ve ortalama puanı 0.18’dir. İkinci hareketin ikinci adımı olan “Önem Belirtme” ise makalelerin %27,2’sinde yer almaktadır ve ortalama puanı 0,18’dir. “Araştırmayı Sunma” hareketinin “Genel Amacı Belirtme” adımı makalelerin tümünde yer alırken makalelerdeki uygun gerçekleşme düzeyi 3.72 olarak saptanmıştır. “Alt Amaçları Belirtme” adımı, %9 makalelerde bulunma yüzdeliği 0,36 düzeyi ile ortalamanın çok altındadır. Makaleler içindeki en düşük ortalama puan 1 iken en yüksek ortalama 2,5’tir. Adımlar içinde ise en yüksek ortalama 3,72 ile “Genel Amacı Belirtme”; en düşük ise 0,18 ortalama ile “Yer Açma” adımı aittir. Genel ortalama ise 1,66’dır.

“2005 yılında yayınlanan Sosyal Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareket/adımların yer alma durumları nasıldır?” alt problemine ilişkin bulgular Tablo 5’te sunulmuştur.

**Tablo 5:** 2005 Yılı Sosyal Bilimleri Alanı Makalelerindeki Hareket ve Adımların Yer Alması

Makale No	Dönem	H1		H2		H3		Toplam
		A1	A2	A1	A2	A1	A2	
M8	2005-1	+	-	-	+	+	+	4
M10	2005-2	+	-	-	+	+	+	4
M14	2005-1	+	-	-	-	+	-	2
M15	2005-1	+	-	-	-	+	-	2
M19	2005-1	+	+	-	+	+	-	4
M22	2005-2	+	-	-	-	+	-	2
M33	2005-1	+	-	-	-	+	+	3
M35	2005-2	+	+	-	-	+	+	4
M36	2005-2	-	+	+	+	+	-	4
M43	2005-1	+	+	-	-	+	-	3
M44	2005-2	+	+	-	-	+	+	4
Toplam		10	5	1	4	11	5	36
Yüzde		90,90	45,45	9,09	36,36	100	45,45	%54,54

Tablo 5'e göre Sosyal Bilimlerindeki makalelerde “Konuyu Tanıtma” hareketinin “Kuramsal Bilgi Sunma” adımı makalelerinin %90,90’ında bulunmaktadır. “Önceki Araştırmalara değinme” adımı ise 5 adet makalede yer almaktadır ve yüzdelik oranı %45,45’tir. “Araştırmayı Gereççelendirme” hareketinin “Yer Açma” adımı ise sadece bir makalede vardır ve görülme oranı %9,09’tur. İkinci adım olan “Önem Belirtme” ise makalelerin %36,36’sinde yer almaktadır. Üçüncü hareket “Araştırmayı Sunma” kısmında ise “Genel Amacı Belirtme” adımı bütün makalelerde vardır. Aynı hareketin ikinci adımı “Alt Amaçları Belirtme” 11 makalelerin 5’inde (%45,45) bulunmaktadır. 2005 yılı sosyal bilimler alanı makalelerindeki hareketlerin ve adımların toplam sayısı 36’dır ve bütün makalelerdeki hareket/adımların kullanım oranı %54,54’tür.

“2005 yılında yayınlanan Sosyal bilimler makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareketler ve adımlara ilişkin değerlendirme nasıldır?” sorusuna ilişkin bulgular ise Tablo 6’da gösterilmiştir.

**Tablo 6:** 2005 Yılı Sosyal Bilimleri Alanı Makalelerindeki Hareket ve Adımlara İlişkin Değerlendirme

Makale No	Dönem	H1		H2		H3		Top.	Ort.
		A1	A2	A1	A2	A1	A2		
M8	2005-1	3	0	0	3	3	4	13	2.16
M10	2005-2	3	0	0	1	2	3	9	1.5
M14	2005-1	2	0	0	0	2	0	4	0.66
M15	2005-1	2	0	0	0	2	0	4	0.66
M19	2005-1	3	2	0	2	3	0	10	1.66
M22	2005-2	1	0	0	0	0	0	1	0.16
M33	2005-1	3	0	0	0	3	3	9	1.5
M35	2005-2	4	2	0	0	4	3	13	2.16
M36	2005-2	0	1	2	2	2	0	7	1.16
M43	2005-1	5	5	0	0	5	0	15	2.5
M44	2005-2	2	4	0	0	4	4	14	2.33
Ortalama		2.54	1.27	0.18	0.72	2.72	1.54		1.49

Tablo 6'ya göre "Konuyu Tanıtma" hareketine ilişkin "Kuramsal Bilgi Sunma" adımının ortalama puanı 6 üzerinden 2,54'tür. %45,45 bulunma oranına sahip olan "Önceki Araştırmalara Değinme" adımının düzeyi ise 1.27'dir. İkinci hareketin birinci adımı olan "Yer Açma" 11 makalenin sadece bir makalede bulunmaktadır ve ortalama puanı 0.18'dir. İkinci hareketin ikinci adımı olan "Önem Belirtme" ise makalelerin %36,36'sinde yer almaktadır ve ortalama puanı 0,72'dir. "Araştırmayı Sunma" hareketinin "Genel Amacı Belirtme" adımı makalelerin tümünde yer alırken makalelerdeki uygun gerçekleşme düzeyi 2,72 olarak belirlenmiştir. "Alt Amaçları Belirtme" adımı, %45,45 makalelerde bulunma yüzdeliğiyle ortalama düzeylerdeyken değerlendirmede 1,54 ortalama ile oldukça düşüktür. Makaleler içindeki en düşük ortalama puan 0,16 iken en yüksek ortalama 2,5'tir. Adımlar içinde ise en yüksek ortalama 2,72 ile "Genel Amacı Belirtme"; en düşük ise 0,18 ortalama ile "Yer Açma" adımına aittir. Genel ortalama ise 1,49'tur.

Bir diğer alt problem cümlesi ise "2005 yılında yayınlanan Eğitim Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik tekniklerin makalelerin alanlarına göre yer alma durumları nasıldır?" şeklindedir ve bu alt probleme ilişkin bulgular Tablo 7'de sunulmuştur.

**Tablo 7:** 2005 Yılı Makalelerindeki Teknik ve Alt Tekniklerin Alanlara Göre Yer Alması

TEKNİK	ALT TEKNİK	Eğitim bilimleri	Fen-Mat eğitimi	Sosyal Bilimler Eğitimi	Toplam
Tanımlama	Tek kaynaktan alınan tek tanım	12	4	3	19
	Çok kaynaktan alınan tek tanım	2	-	-	2
	Çok kaynaktan alınan çok tanım (karşılaştırmaz)	-	-	-	-
	Çok kaynaktan çok tanım (karşılaştırmalı)	-	1	-	1
	Özgün tanım	1	-	-	1
Alanyazına Değinme	Tek tek inceleme	29	11	18	58
	Çoklu (terkip) inceleme	42	3	8	53
Kavramın gelişim sürecini sunma		1	-	-	1
Konu ile ilgili resmi kaynaklara başvurma		19	1	5	25
Görsel kullanma		-	1	-	1
Kaynak Gösterme	Cümle dışında tekli	137	41	51	229
	Cümle dışında çoklu	22	16	11	49
	Cümle içinde tekli	63	7	14	84
	Cümle içinde çoklu	27	-	2	29
Toplam		355	85	112	

Tablo 7'de görüldüğü üzere makalelerin giriş bölümlerini oluşturmada araştırmacılar beş teknikten farklı şekillerde yararlanmışlardır. Tanımlama tekniği kendi içinde alıntılama ve özgün tanım yapma olarak ikiye ayrılmaktadır. Alıntılama tekniğinin altında ise tekli, çoklu ve karşılaştırmalı/karşılaştırmaz alıntıla bulunmaktadır. Tekniğin genel değerlendirmesinde araştırmacıların daha çok "tek kaynaktan alınan tek tanım" alt tekniğinden yararlandıkları saptanmıştır. Alanlara ilişkin farklılıklarda ise bu tekniğin Eğitim Bilimleri alanında daha sık kullanıldığı görülmektedir. Alanyazına Değinme Tekniği de "Tek tek inceleme" ve "Çoklu inceleme" olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Toplamda Tekli incelemelerin (f=58) ve Çoklu incelemelerin (f=53) frekans değerleri birbirine yakındır. Eğitim bilimleri alanında Çoklu inceleme (f=42) tekli incelemeye göre (f=29) daha fazla tercih edilmiştir. Diğer iki alanda ise Tekli incelemeler çoklu incelemelerden sayıca fazladır. "Kavramın gelişim sürecini sunma" tekniğinin, tarihsel süreçlerin gösterimi sağlama veya bir kavramın, olgunun etimolojik gelişimini ortaya koyma işlevleri vardır. 2005 yılı yayınlarında araştırmacıların bu teknikten yararlanmadıkları gözlenmiştir. Sadece eğitim bilimleri alanındaki bir makalede bu tekniğe yer verilmiştir. "Konu ile

ilgili resmi kaynaklara başvurma” tekniği araştırmacının çalışma konusuna ilişkin yasal içeriği ve amaçları sunmasıdır. Toplamda 25 defa başvuru alan bu yöntemin kullanımı daha çok Eğitim Bilimleri alanındadır (f=19). Görsel kullanma tekniğine ise sadece Fen Eğitimi alanındaki bir makalede yer verilmiştir. Kaynak gösterme tekniği, diğer tekniklere göre daha fazla kullanılan bir teknik olmuştur. Özellikle cümle dışında tekli kaynak gösterme alt tekniği diğer alt tekniklerinden sayıca fazladır. Cümle içinde çoklu kaynak gösterme alt tekniği ise bu teknik altında diğerlerine göre daha az kullanılan bir teknik olmuştur. Tekniklerin kullanım sayıları genel olarak incelendiğinde araştırmacıların çoğunlukla “Kaynak gösterme” ve “Alanyazına değinme” tekniklerinden yararlandıkları gözlenmektedir. “Konu ile ilgili resmi kaynaklara başvurma” ve “Tanımlama” teknikleri de araştırmacılar tarafından tercih edilirken “Görsel Kullanma” ve “Kavramın gelişim sürecini sunma” alt teknikleri çok az tercih edilmiştir. 2005 yılı makalelerindeki teknik ve alt tekniklerin kullanımında Eğitim Bilimleri (f=355) alanı Sosyal Bilimleri (f=112) ve Fen Bilimleri (f=85) alanlarına göre daha fazladır.

### **İkinci Probleme İlişkin Bulgular**

Çalışmanın ikinci alt problem cümlesi “2015 yılında yayınlanan Eğitim Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareket/adımların yer alma durumları nasıldır?” şeklindedir. Söz konusu alt problem cümlesine ilişkin bulgular ise Tablo 8’de gösterilmiştir.



**Tablo 8:** 2015 Yılı Eğitim Bilimleri Alanı Makalelerindeki Hareket ve Adımların Yer Alması

Makale No	Dönem	H1		H2		H3		Toplam
		A1	A2	A1	A2	A1	A2	
M1	2015-1	+	+	+	-	+	-	4
M2	2015-1	+	+	+	+	+	+	6
M3	2015-1	+	+	+	+	+	-	5
M4	2015-2	+	+	-	-	-	+	3
M5	2015-2	+	+	+	+	+	+	6
M6	2015-2	+	+	+	-	+	+	5
M7	2015-1	+	+	+	-	+	+	5
M12	2015-2	+	-	-	-	+	+	3
M14	2015-1	+	+	-	+	+	-	4
M15	2015-1	+	+	-	+	+	+	5
M24	2015-2	+	+	-	+	+	-	4
M25	2015-1	+	+	+	+	+	-	5
M34	2015-2	+	-	+	+	+	-	4
M35	2015-2	+	+	+	-	+	-	4
M36	2015-2	+	-	-	-	+	+	3
M46	2015-2	+	+	+	+	+	+	6
Toplam		16	13	10	9	15	9	72
Yüzde		100	81,25	62,5	56,25	93,75	56,5	%85,71

Tablo 8 incelendiğinde "Konuyu Tanıtma" hareketine ilişkin "Kuramsal Bilgi Sunma" adımının makalelerinin tamamında görüldüğü saptanmıştır. Aynı hareketteki "Önceki Araştırmalara Değınme" adımı ise 13 makalede bulunmaktadır. "Araştırmayı Gereçelendirme" hareketinin "Yer Açma" adımı ise 10 makalede vardır ve görülme oranı %62,5'tir. İkinci adım olan "Önem Belirtme" ise makalelerin %56,25'inde yer almaktadır. Diğer hareket olan Araştırmayı Sunmanın ilk adımı "Genel Amacı Belirtme" bir makale hariç diğer bütün makalelerde bulunmaktadır. 16 makalelerin 9'unda (%56,5) ikinci adım "Alt Amaçları Belirtme" bulunmaktadır. 2015 yılı eğitim bilimleri alanı makalelerindeki hareketlerin ve adımların toplam sayısı 72'dir.

Çalışmanın bir diğer alt problem cümlesi "2015 yılında yayınlanan Eğitim Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareketler ve adımlara ilişkin değerlendirme nasıldır?" şeklindedir ve elde edilen bulgular Tablo 9'da gösterilmiştir.

**Tablo 9:** 2015 Yılı Eğitim Bilimleri Alanı Makalelerindeki Hareket ve Adımlara İlişkin Değerlendirme

Makale No	Dönem	H1		H2		H3		Toplam	Ortalama
		A1	A2	A1	A2	A1	A2		
M1	2015-1	4	6	4	0	4	0	18	3
M2	2015-1	5	6	4	4	4	4	27	4,5
M3	2015-1	3	2	3	3	3	0	14	2,33
M4	2015-2	3	4	0	0	0	3	10	1,66
M5	2015-2	5	5	4	3	4	4	25	4,16
M6	2015-2	3	4	3	0	3	3	16	2,66
M7	2015-1	4	4	4	0	6	6	24	4
M12	2015-2	3	0	0	0	3	2	8	1,33
M14	2015-1	3	1	0	3	3	0	10	1,66
M15	2015-1	4	4	0	4	4	4	20	3,33
M24	2015-2	5	4	0	3	3	0	15	2,5
M25	2015-1	4	4	3	2	4	0	17	2,83
M34	2015-2	3	0	3	3	2	0	11	1,83
M35	2015-2	2	1	2	0	2	0	7	1,16
M36	2015-2	3	0	0	0	4	4	11	1,83
M46	2015-2	4	3	3	3	4	4	21	3,5
Ortalama		3,62	3	2,06	1,75	3,31	2,15		2,64

Tablo 9'a göre "Konuyu Tanıtma" hareketine ilişkin "Kuramsal Bilgi Sunma" adımının ortalama puanı 6 üzerinden 3.62'dir. Bu adımın gerçekleşme oranı ise %100'dür. Eğitim bilimlerine ait makalelerde %81,25 bulunma oranına sahip olan "Önceki Araştırmalara Değınme" adımının düzeyi ise 3'tür. İkinci hareketin birinci adımı olan "Yer Açma" %62,25 oranla makalelerde yer alırken düzeyi 2,06'dır. İkinci hareketin ikinci adımı olan "Önem Belirtme" ise makalelerin %56,25'inde bulunmasına rağmen 1.75 düzeyindedir. Araştırmayı Sunma hareketinin "Genel Amacı Belirtme" adımı makalelerin %93,75'inde yer alırken makalelerdeki gerçekleşme düzeyi 3.31 olarak bulgulanmıştır. "Alt Amaçları Belirtme" adımının makalelerde bulunma yüzdeliğine %56,5 ve düzeyi 2,15'tir. Makaleler içindeki en düşük ortalama puan 1,6 iken en yüksek ortalama 4,16'dır. Genel ortalama ise 2.64'dür.

"2015 yılında yayınlanan Fen Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareket/adımların yer alma durumları nasıldır?" şeklinde ifade edilen alt probleme ilişkin bulgular Tablo 10'da sunulmuştur.

**Tablo 10:** 2015 Yılı Fen Bilimleri Alanı Makalelerindeki Hareket ve Adımların Yer Alması

Makale No	Yıl Dönem	H1		H2		H3		TOPLAM
		A1	A2	A1	A2	A1	A2	
M10	2015-2	+	+	-	-	-	-	2
M16	2015-2	+	+	-	+	+	-	4
M17	2015-2	+	-	-	-	+	+	3
M18	2015-2	+	+	+	+	+	+	6
M19	2015-1	+	+	-	-	+	+	4
M20	2015-1	+	+	-	-	+	+	4
M21	2015-1	+	+	-	-	+	-	3
M27	2015-1	+	-	+	-	+	+	4
M28	2015-2	+	+	-	+	+	-	4
M29	2015-2	+	+	+	-	+	+	5
M30	2015-2	+	-	-	-	+	-	2
M31	2015-1	+	+	-	-	+	+	4
M32	2015-1	+	+	-	-	+	-	3
M33	2015-1	+	+	-	-	+	-	3
M38	2015-1	+	+	-	-	+	+	4
M39	2015-1	+	-	-	-	+	-	2
M40	2015-2	+	+	-	-	+	+	4
M41	2015-2	+	+	-	-	+	-	3
M42	2015-2	+	+	+	-	+	+	5
TOPLAM		19	15	4	3	18	10	69
YÜZDE		100	78,94	21,05	15,78	94,73	52,63	%60,52

Tablo 10'a göre Fen Bilimlerindeki makalelerde "Konuyu Tanıtma" hareketine ilişkin "Kuramsal Bilgi Sunma" adımı makalelerinin tamamında görülmektedir. "Önceki Araştırmalara değinme" adımı ise on beş makalede yer almaktadır ve yüzdelik oranı %78,94'tür. "Araştırmayı Gereççelendirme" hareketinin "Yer Açma" adımı ise sadece dört makalede vardır ve görülme oranı %21,05'tir. İkinci adım olan "Önem Belirtme" ise makalelerin %15,78'inde yer almaktadır. Üçüncü hareket Araştırmayı Sunma kısmında ise "Genel Amacı Belirtme" adımı makalelerin %94,73'ünde vardır. İkinci adım "Alt Amaçları Belirtme" Fen bilimleri makalelerinin %52,63'ünde bulunmaktadır. 2015 yılı fen bilimleri alanı makalelerindeki hareketlerin ve adımların toplam sayısı 69'tur ve bütün makalelerdeki hareket/adımların kullanım oranı %60,52'dir.

“2015 yılında yayınlanan Fen Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareketler ve adımlara ilişkin değerlendirme nasıldır?” sorusuna ilişkin bulgular ise Tablo 11’de gösterilmiştir.

**Tablo 11:** 2015 Yılı Fen Bilimleri Alanı Makalelerindeki Hareket ve Adımlara İlişkin Değerlendirme

Makale No	Yıl Dönem	H1		H2		H3		Toplam	Ort
		A1	A2	A1	A2	A1	A2		
M10	2015-2	3	4	0	0	0	0	7	1,16
M16	2015-2	3	2	0	2	3	0	10	1,66
M17	2015-2	3	0	0	0	4	4	11	1,83
M18	2015-2	3	5	2	2	3	3	18	3
M19	2015-1	4	5	0	0	4	5	18	3
M20	2015-1	3	3	0	0	4	5	15	2,5
M21	2015-1	4	2	0	0	4	0	10	1,66
M27	2015-1	2	0	2	0	4	4	12	2
M28	2015-2	3	1	0	4	3	0	11	1,83
M29	2015-2	3	3	3	0	3	4	16	2,66
M30	2015-2	2	0	0	0	3	0	5	0,83
M31	2015-1	3	2	0	0	4	4	13	2,16
M32	2015-1	6	4	0	0	4	0	14	2,33
M33	2015-1	2	2	0	0	3	0	7	1,16
M38	2015-1	4	3	0	0	4	3	14	2,33
M39	2015-1	3	0	0	0	4	0	7	1,16
M40	2015-2	3	3	0	0	3	3	12	2
M41	2015-2	2	3	0	0	3	0	8	1,33
M42	2015-2	3	2	3	0	4	4	16	2,66
ORTALAMA		3,11	2,23	0,58	0,35	3,57	2,28	2,02	

Tablo 11’e göre “Konuyu Tanıtma” hareketine ilişkin “Kuramsal Bilgi Sunma” adımının ortalama puanı 6 üzerinden 3.11’dir. Bu adımın gerçekleşme oranı ise %100’dür. %78,94 bulunma oranına sahip olan “Önceki Araştırmalara Değınme” adımının düzeyi ise 2,23’tür. İkinci hareketin birinci adımı olan “Yer Açma” 19 makalenin sadece 4’ünde bulunmaktadır ve ortalama puanı 0.58’dir. İkinci hareketin ikinci adımı olan “Önem Belirtme” ise makalelerin %15,78’inde yer almaktadır ve ortalama puanı 0,35’dir. Araştırmayı Sunma hareketinin “Genel Amacı Belirtme” adımı makalelerin sadece bir tanesinde bulunmazken makalelerdeki uygun gerçekleşme düzeyi 3.57 olarak saptanmıştır. “Alt Amaçları Belirtme” adımı, %52,63 makalelerde bulunma yüzde-

liğine ve 2,28 düzeyine sahiptir. Makaleler içindeki en düşük ortalama puan 0,83 iken en yüksek ortalama 2,66’dır. Adımlar içinde ise en yüksek ortalama 3,57 ile “Genel Amacı Belirtme”; en düşük ise 0,35 ortalama ile “Önem belirtme” adımına aittir. Genel ortalama ise 2,02’dir.

“2015 yılında yayınlanan Sosyal Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareket/adımların yer alma durumları nasıldır?” alt problemine ilişkin bulgular Tablo 12’de gösterilmiştir.

**Tablo 12:** 2015 Yılı Sosyal Bilimleri Alanı Makalelerindeki Hareket ve Adımların Yer Alması

Makale No	Yıl Dönem	H1		H2		H3		TOPLAM
		A1	A2	A1	A2	A1	A2	
M8	2015-1	+	-	-	-	+	+	3
M9	2015-1	+	-	-	-	-	-	1
M11	2015-2	+	+	-	+	+	+	5
M13	2015-1	+	-	-	-	+	+	3
M22	2015-2	+	+	-	+	+	+	5
M23	2015-2	+	+	-	+	+	+	5
M26	2015-1	+	+	+	-	+	+	5
M37	2015-1	+	+	+	+	+	+	6
M43	2015-1	+	+	+	-	+	+	5
M44	2015-1	+	+	+	-	+	+	5
M45	2015-1	+	+	+	-	+	+	5
M47	2015-2	+	+	+	-	+	+	5
M48	2015-2	+	+	+	-	+	+	5
TOPLAM		13	10	7	4	12	12	58
YÜZDE		100	76,92	53,84	30,76	92,30	92,30	74,35

Tablo 12’ye göre Sosyal Bilimlerindeki makalelerde “Konuyu Tanıtma” hareketinin “Kuramsal Bilgi Sunma” adımı makalelerinin tamamında bulunmaktadır. “Önceki Araştırmalara değinme” adımı ise on makalede yer almaktadır ve yüzdelik oranı %76,92’dir. “Araştırmayı Gerekleştirme” hareketinin “Yer Açma” adımı ise yedi makalede vardır ve görülme oranı %53,84’tür. İkinci adım olan “Önem Belirtme” ise makalelerin %30,76’sinde yer almaktadır. Üçüncü hareket Araştırmayı Sunma kısmında ise “Genel Amacı Belirtme” ve “Alt Amaçları Belirtme” adımları on iki makalede bulunmaktadır. Bu iki adımın yüzdelik oranı ise 92,30’dur. 2015 yılı sosyal bilimleri alanı makalelerindeki hareketlerin ve adımların toplam sayısı 58’dir ve bütün makalelerdeki hareket/adımların kullanım oranı %74,35’tir.

“2015 yılında yayınlanan Sosyal Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareketler ve adımlara ilişkin değerlendirme nasıldır?” sorusuna ilişkin bulgular ise Tablo 13’te gösterilmiştir.

**Tablo 13:** 2015 Yılı Sosyal Bilimleri Alanı Makalelerindeki Hareket ve Adımlara İlişkin Değerlendirme

Makale No	Yıl Dönem	H1		H2		H3		TOPLAM	ORT
		A1	A2	A1	A2	A1	A2		
M8	2015-1	3	0	0	0	4	4	11	1,83
M9	2015-1	2	0	0	0	0	0	2	0,33
M11	2015-2	3	1	0	4	4	6	18	3
M13	2015-1	6	0	0	0	4	4	14	2,33
M22	2015-2	3	1	0	3	3	4	14	2,33
M23	2015-2	5	6	0	4	4	4	23	3,83
M26	2015-1	3	2	3	0	4	4	16	2,66
M37	2015-1	3	4	2	3	4	4	20	3,33
M43	2015-1	4	6	6	0	4	4	24	4
M44	2015-1	4	4	6	0	4	4	22	3,66
M45	2015-1	4	4	4	0	4	4	20	3,33
M47	2015-2	3	3	4	0	4	4	18	3
M48	2015-2	2	3	4	0	4	4	17	2,83
ORTALAMA		3,46	2,61	2,23	1,07	3,61	3,84	2,80	

Tablo 13’e göre “Konuyu Tanıtma” hareketine ilişkin “Kuramsal Bilgi Sunma” adımının ortalama puanı 6 üzerinden 3,46’dır. %76,92 bulunma oranına sahip olan “Önceki Araştırmalara Değinme” adımının düzeyi ise 2,61’dir. İkinci hareketin birinci adımı olan “Yer Açma” 2,23 ortalama puana sahiptir. İkinci hareketin ikinci adımı olan “Önem Belirtme” ise makalelerin %30,76’sında yer almaktadır ve ortalama puanı 1,07’dir. Araştırmayı Sunma hareketinin “Genel Amacı Belirtme” adımı makalelerin 92,30’unda yer alırken makalelerdeki uygun gerçekleşme düzeyi 3,61 olarak belirlenmiştir. “Alt Amaçları Belirtme” adımı, %92,30 makalelerde bulunma yüzdeliğine ve 3,84 ortalama puana sahiptir. Makaleler içindeki en düşük ortalama puan 0,33 iken en yüksek ortalama 3,83’tür. Adımlar içinde ise en yüksek ortalama 3,84 ile “Alt Amacı Belirtme”; en düşük ise 1,07 ortalama ile “Önem Belirtme” adımına aittir. Genel ortalama ise 2,80’dir.

Bir diğer alt problem cümlesi ise “2015 yılında yayınlanan Eğitim Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik tekniklerin makalelerin alanlarına göre yer alma durumları nasıldır?” şeklindedir ve bu alt probleme ilişkin bulgular Tablo 14’te sunulmuştur.

**Tablo 14:** 2015 Yılı Makalelerindeki Teknik ve Alt Tekniklerin Alanlara Göre Yer Alması

TEKNİK	ALT TEKNİK	Eğitim Bilimleri	Fen-Mat Eğitimi	Sosyal Bilimler Eğitimi	Toplam
Tanımlama	Tek kaynaktan alınan tek tanım	12	16	16	48
	Çok kaynaktan alınan tek tanım	5	1	2	8
	Çok kaynaktan alınan çok tanım (karşılaştırmaz)	-	-	-	-
	Çok kaynaktan çok tanım (karşılaştırmalı)	1	1	2	4
	Özgün tanım	1	2	1	4
Alanyazına Değinme	Tek tek inceleme	50	76	81	207
	Çoklu (terkip) inceleme	41	38	57	136
Kavramın gelişim sürecini sunma		3	1	-	4
Konu ile ilgili resmi kaynaklara başvurma		7	19	5	31
Görsel kullanma		1	11	1	13
Kaynak Gösterme	Cümle dışında tekli	101	159	98	358
	Cümle dışında çoklu	30	47	18	95
	Cümle içinde tekli	19	52	58	129
	Cümle içinde çoklu	5	14	1	20
Toplam		276	437	340	1053

Tablo 14 incelendiğinde 2015 yılı makalelerindeki teknik ve alt tekniklerin alanlara göre dağılımında “kaynak gösterme” en fazla kullanılan teknik olmuştur. Alanyazına değinme tekniği ise ikinci sırada gelmektedir. Bunları takiben ise Tanımlama tekniği gelmektedir. Konu ile ilgili resmi kaynaklara başvurma tekniğine araştırmacılar çalışmalarında dördüncü sırada yer vermektedir.

Tanımlama tekniğinde alanlara göre dağılım benzerlik göstermektedir. Bu teknikte araştırmacıların “Tek kaynaktan alınan tek tanıma” çalışmalarında daha fazla yer verdikleri gözlenmiştir. Eğitim Bilimleri makalelerinde 12 adet, Fen-Mat Eğitimi ve Sosyal Bilimler Eğitiminde ise on altı adet “Tek kaynaktan alınan tek tanım” alt tekniği kullanılmıştır. Bunun yanında araştırmacılar, diğer tanımlama biçimlerinden çok az sayıda yararlanmışlardır. Ayrıca “Çok kaynaktan çok tanım (karşılaştırmalı)” alt tekniğine ise hiçbir çalışmada rastlanılmamıştır.

Alanyazına değinme tekniğinin Sosyal bilimler eğitiminde (f=138) Eğitim bilimleri (f=91) ve Fen-Matematik Bilimleri Eğitimine (f=114) göre daha fazla



kullanıldığı saptanmıştır. Kavramın gelişim sürecini sunma tekniği frekans değerleri bütün alanlarda azdır. Konu ile ilgili resmi kaynaklara başvurma tekniği ise Fen Matematik bilimlerinde (f=19) Eğitim bilimlerine (f=7) ve Sosyal bilimleri eğitime (f=5) göre daha fazla kullanılmıştır. Görsel kullanma tekniği de Eğitim Bilimleri (f=1) ve Sosyal Bilimleri (f=1) alanlarında az sayıda kullanılırken Fen-Matematik Eğitiminde (f=11) daha fazla kullanıldığı görülmüştür.

Kaynak gösterme tekniği araştırmacıların çalışmalarında en çok yer verdikleri tekniktir. Özellikle cümle dışında tekli kaynak gösterimi alt tekniği üç alanda da sıkça kullanılmıştır. Cümle içinde tekli kaynak gösterme alt tekniğine Sosyal bilimler eğitimi (f=58) ve Fen-Matematik Bilimleri eğitiminde (f=52) yakın frekans değerlerinde kullanılırken Eğitim Bilimleri (f=19) alanında bu alanlara göre daha az yer verilmiştir. Cümle dışında çoklu kaynak gösterme alt tekniği ise en çok Fen-Matematik Bilimleri eğitiminde (f=47) kullanılmıştır. Bu teknik Eğitim bilimlerinde 30 adet ve Sosyal bilimler eğitiminde ise 18 adet kullanılmıştır. Son olarak Cümle içinde çoklu kaynak gösterme alt tekniği diğer üç alt tekniğe göre daha az kullanılmıştır.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

### Birinci Probleme İlişkin Sonuçlar ve Tartışma

Çalışmanın ilk alt probleminde 2005 yılında yayımlanan Eğitim bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareket ve adımların yer alma durumları incelenmiştir. Buradaki hareketlerin değerlendirilmesi Konoksilapatham'ın (2005) yapmış olduğu hareket ayrımı dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Konoksilapatham'a (2005) göre bir hareketin tezlerde %60'ında ve daha fazlasında görülüyorsa alışıl gelmiş; %60'ından az bir oranda görünüyorsa seçimsel olarak değerlendirilmektedir. Bu alt problem içinde değinilecek diğer değerlendirme ise makalelerdeki hareket ve adımların düzeyine ilişkindir. Burada ise makalelerin düzeyinin ortaya konması ve bu düzeyle etki eden unsurların tartışılması gerçekleştirilmiştir.

İncelenen makalelerde her üç alanda (Eğitim, Fen-Matematik, Sosyal) araştırmacıların konuyu tanıtmaya hareketinin kuramsal bilgi sunma adımına tamamen yer verdikleri görülmektedir. Bu hareketin ikinci adımı olan önceki araştırmalara değinme ise Eğitim bilimlerinde %54,54; Fen-Matematik bilimlerinde %54,50 ve Sosyal bilimlerde %45,45 oranında makalelerde yer almaktadır. Buradaki oranlarda Eğitim bilimleri ile Fen-Matematik bilimleri yakın oranlara sahipken Sosyal bilimler daha düşük bir orandadır. "Araştırmayı gerekçelendirme" hareketinde ise "yer açma" adımı bütün alanlarda çok az kullanılmıştır. Bu adımın temel işlevi akademik söylem topluluğu içinde söz konusu araştırmaya duyulan ihtiyacın belirtilmesidir; fakat incelenen makale-

lelerde araştırmacıların buna yer vermedikleri görülmektedir. "Araştırmayı gerekçelendirme" hareketinin ikinci adımı "önem belirtme" ise; Eğitim bilimleri alanında %68 orana sahipken Fen-Matematik eğitiminde %27,2; Sosyal bilimler eğitiminde %36,36'ya düşmektedir. Son hareket Araştırmayı sunmanın "genel amacı belirtme" adımı bütün makalelerde bulunmaktadır. İkinci adım "alt amaçları belirtme" ise Eğitim bilimleri alanında %68,18 oranında kullanılırken Fen-Matematik eğitiminde %9; Sosyal bilimler eğitiminde %45,45 oranlarında kullanılmaktadır. Konoksilapatham'ın (2005) alışılmış ve seçimler ayırımına göre değerlendirildiğinde her üç alanda da Konuyu tanıtmaya hareketi alışılmış hareket olarak değerlendirilebilir. İkinci hareket olan Araştırmayı gerekçelendirme ise bütün alanlarda seçimler hareket olarak karşımıza çıkmaktadır. Son hareket Araştırmayı sunmada ise Eğitim bilimleri ve Sosyal bilimler alanlarında alışılmış; Fen-Matematik alanlarında ise seçimler hareket olarak kullanılmıştır.

Makalelerdeki hareket ve adımlara ilişkin bulguların alanyazındaki çalışmalarla (Nwogu, 1997; Jogthong, 2001; Bunton, 2002; Samraj, 2002, 2008; Cem-Değer ve Fidan, 2008; Yağız; 2009; Kan, 2014) örtüştüğü görülmektedir. Hareket ve adım adlandırmaları farklı olsa da işlev olarak benzeyen Konuyu tanıtmaya ve Araştırmayı sunma hareketlerinin bilimsel metinlerde en çok yer alan hareketler olduğu; Araştırmayı gerekçelendirme adımının ise en az kullanılan hareket olduğu saptanmıştır.

Bu alt problemde makalelerdeki hareket ve adımların yer alma durumları ayrıca "Bilimsel Makalelerin Giriş Bölümlerindeki Hareket ve Adımları Değerlendirme Ölçeği" ile değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar alanlara göre sınıflandırılıp hem alanlar arasındaki ortalama puanlar karşılaştırılmıştır hem de hareketlerin yer alma durumları ile bu hareketlerin bilimsel metin içinde uygun kullanılıp kullanılmadığı tartışılmıştır.

Konuyu tanıtmaya hareketinin Kuramsal bilgi sunma adımına Eğitim bilimleri ve Fen bilimleri alanındaki makalelerde %100 yer verilirken ölçek ortalaması 3.27 ve 3.09 olarak hesap edilmiştir. Sosyal bilimlerde ise Kuramsal bilgi sunma adımının bulunma oranı %90.90; düzeyi ise 2.54'tür. Ortalamalar dikkate alındığında araştırmacıların Kuramsal bilgi sunma adımına makalelerinde yer verdiklerine fakat bu hareketin kullanım uygunluğunun Eğitim bilimleri ve Fen eğitimi alanlarında orta düzeyde; Sosyal bilimlerde ise daha düşük düzeyde gerçekleştiği saptanmıştır. Eğitim bilimleri ve Fen-Matematik eğitim alanlarındaki metinlerin akademik yazma süreçlerine daha yakınken Sosyal bilimler eğitimindeki makalelerin akademik yazma stiline daha uzak olduğu görülmektedir. Bu araştırma sorusundaki makalelerin 2005 yılında yayımlandığı göz önünde bulundurulduğunda; sosyal bilimler alanındaki bölümlerin (Türkçe eğitimi, sos-

yal bilgiler öğretimi, özel eğitim gibi) yeni bölümleşme sürecinde oldukları için alana özgü akademik stil geliştirmede zorlukların olabileceği düşünülmektedir. Bunun yanında her üç alanda da metin işleme sürecinde temel kavramların akışındaki sorunlar göze çarpmaktadır. Bu sorunlar, temel kavramların yeterince açıklanmaması, kavramların metin içinde farklı şekillerde adlandırılması, çalışma başlığının ve anahtar kelimelerinin metin akışı ile farklılık göstermesi, alıntı cümleler ile araştırmacının kendine ait cümlelerin belirsizliği ve sürekli aynı kışilere veya çalışmalara referans yapılması şeklinde sıralanabilir.

Önceki araştırmalara değinme adımının Eğitim bilimleri alanında kullanım oranı %54.54 iken düzeyi 1.86 olmuştur. Fen-Matematik alanında ise bu adım, %54.50 kullanım oranında ve 1.72 düzeyindedir. Sosyal bilimler eğitiminde bu hareketin kullanım oranı %45,45 düzeyi de 1.27'dir. Elde edilen bu sonuçlar Kuramsal bilgi sunma adımı ile paralellik göstermektedir. Eğitim bilimleri ve Fen-Matematik alanlarının oranları birbirine yakınken Sosyal bilimler eğitimi alanında her iki hareketin kullanım oranı daha düşüktür ve düzeyi ortalamasının altındadır. Bütün alanlardaki metin oluşturma sürecindeki bazı hataların (kavram kargaşası, metin akışı ile ilgili sorunlar, bilimsel dayanak oluşturmama, belirsiz ifadelerle yer verme, biçimsel yanlışlıklar vb.) metinlerin ilgili adımlarındaki işlevlerini etkilemektedir.

Araştırmayı gerekçelendirme hareketi gerek bilimsel metinlerde bulunma oranı gerekse de kullanım düzeyi bağlamında diğer iki hareketten daha düşük oranlara sahiptir. Eğitim bilimleri alanında yer açma adımının yer alma oranı %9.09; düzeyi 0.31'dir. Fen-Matematik alanında %9 oranında yer alırken düzeyi 0.18'dir. Sosyal bilimler eğitiminde ise yer alma oranı %9.09 ve düzeyi 0.18'dir. Elde edilen bulgulara göre her üç alanda da araştırmacıların yer açma adımını çalışmalarında çok az kullanmışlardır. Bu sonuçlar alanyazındaki diğer çalışmalarla bazı noktalarda örtüşmektedir. Cem-Değer ve Fidan (2008) Yer açma hareketinin araştırma yazısı başına ortalamasını 0.9; Fidan (2008) ise 0.4'tür. Kan (2014) ise bu hareketin tez başına ortalamasını 0.71 olarak bulgulamıştır. Bu çalışmada elde edilen ortalamaların diğer çalışmalardan daha düşük olduğu gözlenmektedir. Oysa Kanoksilapatham (2005) araştırma eksikliğini sıkça belirtmenin araştırmacıların önceki araştırmalardaki boşlukları doldurarak alanı daha ileri taşıma eğiliminin bir sonucu olduğunu ileri sürmektedir. Bu durum aynı zamanda çalışılan konuya ilişkin detaylı ve titiz bir alanyazın incelemesi yapıldığının da göstergesi olarak kabul edilebilir. Elde edilen sonuçlara göre, araştırmacılar çalışmalarının alanyazındaki hangi boşluğu doldurduğuna yer vermemişleridir. Bu adıma yer veren makalelerin bazılarında ise Konuyu tanıtmada hareketinde yapılan hataların tekrar edildiği veya yer açma ifadelerinde belirsizlikler olduğu saptanmıştır.

Yer açma adımı çalışmanın gerekçelendirilmesinde önemli bir işleve sahiptir. Bu adımda, var olan çalışmalar içinde yeni çalışmaya olan ihtiyaç ortaya konar. Kan (2014) araştırma eksikliği belirtmenin metin içi görünümününün "-mA" olumsuzluk biçimbirimi, "ancak, fakat" gibi zıtlık bildiren bağlaçlar; olumsuzluk bildiren "az" sözcüğü; eksiklik bildiren "yetersiz olduğu, yeterli olmadığı" sözcük grupları ile sağlandığını ifade etmiştir. İncelenen makalelerde yer alan az sayıdaki yer açma hareketinde yer açma hareketinin düzenli bir şekilde yapılandırılmadığı gözlenmiştir.

Araştırmayı gerekçelendirme hareketinin ikinci adımı ise önem belirtmedir. Önem belirtme adımı, Eğitim bilimlerine ait makalelerde %68,18 bulunma oranına ve 1.81 uygun kullanım düzeyine sahiptir. Fen-Matematik bilimleri eğitiminde bu oran %27.20 ve düzey 0.90'dır. Sosyal bilimler eğitiminde ise %36.36 kullanım oranına ve 0.72 düzeye sahiptir. Bu bulgulara göre önem belirtme adımının eğitim bilimlerinde yüksek oranda kullanıldığı fakat düzey olarak ortalamanın altında olduğu söylenebilir. Bunun yanında Fen-Matematik ve Sosyal bilimler eğitiminde hem kullanım oranının hem de düzeyin çok düşük olduğu saptanmıştır. Oysa önem belirtme adımı bilimsel makalelerde sıklıkla yer verilen bir hareket/adımdır. Alanyazındaki birçok çalışmada (Posteguillo, 1999; Bunton, 2002; Samraj, 2002, 2008; Salom, Monreal ve Olivares, 2008; Yağız, 2009) incelenen metinlerin genelinde önem belirtmenin bulunduğu ortaya konmuştur. Sadece Jogthong'da (2001) az sayıda metinde önem belirtmenin bulunduğu tespit edilmiştir.

Araştırmayı Sunma hareketi, genel amaçları belirtme ve alt amaçları belirtme olarak iki adımdan oluşmaktadır. Genel amacı belirtme adımı, bütün alanlarda kodlandığı gözlenmiştir. Alt amaçları belirtme adımı ise, Eğitim bilimlerinde %68.18; Fen-Matematik Bilimler eğitiminde %9; Sosyal bilimler eğitiminde %45.45 oranlarında yer almıştır. Bu sonuçlar alanyazındaki diğer çalışmalarla (Yarar, 2001; Ruhi, 2002; Bunton, 2002; Samraj, 2002, 2008; Salom, Monreal ve Olivares, 2008; Yağız, 2009; Kan; 2014) örtüşmektedir. Amaç belirtme işlev bakımından, bilimsel çalışmanın odaklandığı alanı belirtmesi ve sınırlılıklarını ortaya koyması bakımından da önemlidir. Karasar (2006) da amaç belirtmenin okuyucunun işini kolaylaştıracağını ve zaman kaybını önleyeceğini ifade etmiştir. Bunun için de amaç ifadelerinin açık, yalın ve sınırlılıkları belirginleştirilmiş olması gerekmektedir. Huber ve Uzun (2001) da bilimsel metindeki beklentilerden birinin, metnin düz anlamlı ve tek anlamlı olması, yani çoğul okumaya, çok anlamlılığa ve bulanıklığa yol açmaması olduğunu ve bunun metindeki yansımalarından birinin metnin konusu ve amacının yüzeysel yapıda açık seçik dile getirilmesi olduğunu belirtmektedir. Araştırmacıların, metnin konusunu ve amacını yüzeysel yapıda belirtme şekilleri metinlerin düzey-

lerini etkilemektedir. Bu çalışmada bütün alanlarda genel amaç kodlanırken düzeyleri Eğitim Bilimleri 3.36; Fen-Matematik Eğitimi 3.72; Sosyal Bilimleri eğitimi 2.72 olarak hesap edilmiştir. Bu oranlar alt amaçlar düzeyinde incelendiğinde daha da düşmektedir. Alt amaç düzeylerinde ise Eğitim Bilimleri 2.50; Fen-Matematik Eğitimi 0.36; Sosyal Bilimleri eğitimi 1.54 olarak saptanmıştır. Bu bulgulara göre genel amaçları belirtme adımı Eğitim Bilimlerinde ve Fen-Matematik Eğitiminde iyi düzeye yakınken Sosyal Bilimleri eğitiminde orta düzeye yakındır. Amaç ifadelerinin yapılandırılış şekli, bu sonuçlar üzerinde oldukça etkilidir.

### **İkinci Probleme İlişkin Sonuçlar ve Tartışma**

Çalışmanın ikinci alt probleminde 2015 yılında yayınlanan Eğitim Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareket ve adımların yer alma durumları ve düzeyleri incelenmiştir.

Araştırmacıların “konuyu tanıtmaya” hareketinin “kuramsal bilgi sunma” adımına bütün alanlarda yer verdikleri görülmektedir. Bu hareketin ikinci adımı olan önceki araştırmalara değinme ise eğitim bilimlerinde %81,25; Fen-Matematik bilimlerinde %78,94 ve Sosyal bilimlerde %76,92 oranında makalelerde bulunmaktadır. “Araştırmayı gerekçeleştirme” hareketinin “yer açma” adımı Eğitim bilimlerinde %62,5; Fen-Matematik bilimlerinde %21,05 ve Sosyal bilimlerde %53,84 oranında makalelerde yer almıştır. Araştırmayı gerekçeleştirme hareketinin ikinci adımı Önem belirtme ise; Eğitim bilimlerinde %56,25 orana sahipken Fen-Matematik eğitiminde %15,78; Sosyal bilimlerde eğitiminde %30,76’ya düşmektedir. Son hareket Araştırmayı sunmanın Genel amacı belirtme adımı Eğitim bilimlerinde %93,75; Fen-Matematik eğitiminde %94,73; Sosyal bilimlerde eğitiminde %92,30 oranında bulunmaktadır. İkinci adım “Alt amaçları belirtme” ise Eğitim bilimlerinde alanında %56,5 oranında kullanılırken Fen-Matematik eğitiminde %52,60; Sosyal bilimlerde eğitiminde %92,30 oranlarında kullanılmaktadır. Konoksilapatham’ın (2005) alışıl gelmiş ve seçimlik ayırımına göre değerlendirildiğinde her üç alanda da Konuyu tanıtmaya ve konuyu sunma hareketleri alışıl gelmiş hareketler olarak değerlendirilebilir. İkinci hareket olan Araştırmayı gerekçeleştirme ise bütün alanlarda seçimlik hareket olarak karşımıza çıkmaktadır.

2015 yılında yayınlanan Eğitim Bilimleri makalelerinin giriş bölümlerinde bilimsel söylem yapısını sağlamaya yönelik hareket ve adımların düzeyleri, makalelerde bulunma oranlarına göre farklılık göstermektedir. Birinci hareketin “Kuramsal bilgi sunma” adımı Eğitim bilimlerinde alanında 3.62; Fen-Matematik eğitiminde 3,11; Sosyal bilimlerde eğitiminde 3.46 ortalamaya sahiptir. Önceki araştırmalara değinme adımı ise bu ortalamalar sırayla Eğitim bilimlerin-

de 3; Fen-Matematik eğitiminde 2,23; Sosyal bilimler eğitiminde 2.61'dir. Bu sonuçlar, 2005 yılı bulguları ile karşılaştırıldığında ortalama bağlamında bir artışın olduğu gözlenmektedir. Fakat 2015 yılı yayınlarında da adımların oluşturulma sürecinde araştırmacılar "temel kavramların yeterince açıklanmaması, kavramların metin içinde farklı şekillerde adlandırılması, çalışma başlığının ve anahtar kelimelerinin metin akışı ile farklılık göstermesi, alıntı cümleler ile araştırmacının kendine ait cümlelerin belirsizliği ve sürekli aynı kişilere veya çalışmalara referans yapılması" gibi hataları tekrarlamışlardır.

"Araştırmayı gerekçelendirme" hareketinin "yer açma" adımının Eğitim bilimleri alanındaki ortalaması 2.06; Fen-Matematik alanında 0.58; Sosyal bilimler eğitiminde ise 2.23'tür. Önem belirtme adımının ortalamaları ise yukarıdaki alan sırası ile 1.75; 0.35 ve 1.07'dir. 2005 sonuçlarında olduğu gibi 2015 sonuçlarında da Araştırmayı gerekçelendirme hareketi diğer iki hareketten hem bulunma oranı hem de düzey olarak düşüktür. Burada dikkat çeken sonuç ise yer açma adımının "önem belirtme" adımına göre daha yüksek ortalamaya sahip olmasıdır. Alanyazındaki birçok çalışmada (Posteguillo, 1999; Bunton, 2002; Samraj, 2002, 2008; Salom, Monreal ve Olivares, 2008; Yağız, 2009) incelenen metinlerin genelinde önem belirtmenin bulunduğu görülmektedir. Burada araştırmacıların, yer açma adımı içinde önem belirtme işlevini de yerine getirdikleri veya önem belirtme adımına yer verme gereği duymadıkları düşünülebilir.

"Araştırmayı sunma" hareketinin "genel amacı belirtme" adımının Eğitim bilimleri alanındaki ortalaması 3.31; Fen-Matematik alanında 3.57; Sosyal bilimler eğitiminde ise 3.61'dir. Alt amaçları belirtme adımının ortalamaları ise yukarıdaki alan sırası ile 2.15; 2.28 ve 3.84'tür. Bu sonuçlara göre "genel amacı belirtme" adımının bütün alanlarda ortalamanın üzerinde kullanıldığı, "Alt amaçları belirtme" adımının ise sadece Sosyal bilimler eğitiminde ortalamanın üzerinde kullanıldığı diğer iki alanda ortalamanın altında kaldığı saptanmıştır. Bu sonuçlar, 2005 sonuçları ile kıyaslandığında ilk adımda çok fazla değişiklik gözlenmemektedir. Fakat "alt amaçları belirtme" adımının Eğitim bilimleri alanında 2.50 ortalamanın 2.15 ortalama gerilediği göze çarpmaktadır. Fen-Matematik bilimleri alanında ise 0.38 ortalamanın 2.28 ortalama yükselişi saptanmıştır. Sosyal bilimler eğitimi alanında 1.54 olan ikinci adımın ortalaması 3.84'e yükselmesi dikkat çekicidir. Bu sonuçlara göre araştırmacıların, bilimsel metin oluşturma süreçlerinde özellikle "alt amaçları belirtme" adımında daha dikkatli oldukları söylenebilir. Bu sonuçlar alanyazındaki diğer çalışmalarla (Yarar, 2001; Ruhi; 2002; Bunton, 2002; Samraj, 2002, 2008; Salom, Monreal ve Olivares, 2008; Yağız, 2009; Kan; 2014) örtüşmektedir.



## Öneriler

Bu bölümde çalışmadan elde edilen bulgular ve sonuçlar bağlamında uygulamaya ve araştırmacılara yönelik önerilere yer verilmiştir.

### Uygulamaya Yönelik Öneriler

- Lisans düzeyinde YÖK'ün kur tanımına göre öğrenciler son sınıfta Bilimsel Araştırma Yöntemleri dersi almaktadır. Fakat bu derste bilimsel araştırma süreçlerine değinilmekte bilimsel yazma süreçleri üzerinde çok durulmamaktadır. Kan ve Gedik (2016) de çalışmalarında bu ihtiyaca dikkat çekmektedir. Lisans öğrencilerinin akademik yaşama ön hazırlık olarak lisans sürecinde Akademik Yazma dersleri alması sağlanabilir.
- Üniversiteler bünyesinde araştırmacılara bilimsel metinlerini yayınlamadan önce kontrol ettirebilecekleri ve dönüt alabilecekleri Akademik Yazma Merkezleri kurulabilir.
- Lisansüstü öğrenim süreciyle birlikte yüksek lisans ve doktora öğrencileri akademik metin üretmeye yönelmektedir. Bu nedenle akademik yazma süreçlerini yakından tanınması gerekmektedir. Fakat Türkiye'de akademik yazma süreçlerine ilişkin yayınların azlığı dikkat çekmektedir. Yayınların bilimsel araştırma süreçleri ile sınırlı olduğu; bu kitaplarda ise daha çok yönetime ilişkin raporlama tekniklerinin bulunduğu bilinmektedir. Oysa araştırmacı gerek makale yazmak gerekse de tezini tamamlamak için bütüncül bir akademik yazma eğitimi ihtiyacı vardır. Bu ihtiyaç ise akademik yazma merkezlerinde sertifika programlarıyla giderilebilir.
- Bu çalışmadan elde edilen bulgulara göre araştırmacıların akademik yazma sürecinde en çok zorlandıkları alanın Araştırmayı gerekçeleştirme hareketi olduğu saptanmıştır. Kan ve Uzun'un (2015) da belirttiği gibi yüksek lisans ve doktora öğrencileri ders alma sürecinde mantık ve felsefe derslerine yönlendirilerek gerekçeleştirme süreçlerine ilişkin bilgi sahibi olmaları sağlanabilir.

### Araştırmacılara Yönelik Öneriler

- Bu çalışma 2005 ve 2015 yıllarında yayınlanan; dergi adında "eğitim" sözcüğü geçen ve ULAKBİM'de taranan Eğitim bilimleri alanındaki Türkçe makaleler ile sınırlıdır. Eğitim bilimleri terimi ise kendi içinde Eğitim bilimleri, Fen-Matematik bilimleri eğitimi ve Sosyal bilimler eğitimi kapsamaktadır. Bu nedenle elde edilen bulgular bütüncül bir değerlendirme ile sunulmuştur. Bu nedenle bu alanların her birine yönelik belirli yılları kapsayan çalışmalar yapılabilir.



## KAYNAKÇA

- Ahmad, U. K. (1997). Research article introductions in Malay: Rhetoric in an emerging research community. In A. Duszak (Ed.), *Culture and Styles of Academic Discourse* (pp.273-304). New York: Mouton de Gruyter.
- Anthony, L. (1999). Writing research article introductions in software engineering: How accurate is a standard model? *IEEE Transactions on Professional Communication*, 42/1. s. 38-46.
- Bayat, N. (2014). Öğretmen adaylarının eleştirel düşünme düzeyleri ile akademik yazma başarıları arasındaki ilişki. *Eğitim ve Bilim*. 39/ 173. s. 155-168.
- Bisenbach-Lucas, S. (1994). *A Comparative Genre Analysis: The research article and its popularization*. Unpublished doctoral dissertation, Georgetown University.
- Boardman, C. A. ve Frydenberg, J. (2002). *Writing to Communicate*. New York: Longman.
- Bunton, D. (2002). Generic moves in Ph.D thesis introductions. In J. Flowerdew (Ed.), *Academic discourse* (s. 57-75). London: Pearson Education.
- Cem-Değer, A. ve Fidan, Ö. (2008). Dilbilim Alanında Türkçe yazılmış araştırma yazılarının giriş bölümlerinde gözlenen sözbilimsel eğilim. (Ed.: N. Büyükkantarcıoğlu ve E. Yazar), 35. Yıl Yazıları içinde. İstanbul: Multilingual Yay. s. 47-61.
- Cmejrkova, S. ve Danes, F. (1997). Academic writing and cultural identity: The case of Czech academic writing. (Ed.:A. Duszak), *Culture and Styles of Academic Discourse* (s. 40-62). New York: Mouton de Gruyter.
- Cohen, L., Manion, L., ve Morrison, K. (2007). *Research methods in education* (6th ed.). New York, NY: Routledge.
- Çalışır, S. (2007). *Türkçede Bilimsel Metinlerde Olumsuzluk*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Duszak, A. (1994). Academic discourse and intellectual styles. *Journal of Pragmatics*, 21/1. s. 291-313.
- Fidan, Ö. (2008). *Türkiye’de Dilbilim Alanında Öğrenciler Tarafından Yazılan Araştırma Yazılarının Giriş Bölümlerinde Türe Özgü Yapılanmalar*. Yayımlanmamış doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Gillet, A., Hammond, A. ve Martala, M. (2009). *Successful Academic Writing*. New York: Pearson Longman.

- Günay, D. (2003). *Metin Bilgisi*. İstanbul: Multilingual Yayınları.
- Güneş, F. (2007). *Türkçe Öğretimi ve Zihinsel Yapılandırma*. Ankara: Nobel Yayın.
- Huber, E. ve Uzun, L. (2000). Dilbilim alanında Türkçe yazılan bilimsel metinler üzerine gözlemler (Ed.: A. S. Özsoy & E. E. Taylan). *XIII. Dilbilim Kurultayı Bildirileri*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi. s. 201-215.
- İşsever, S. (2002). "Türkçe Bilimsel Metinlerde Konu" ['Topic' in Turkish Scientific Texts]. (içinde) L. Uzun & E. Huber (yay.), *Türkçede Bilgi Yapısı ve Bilimsel Metinler*. Essen: Verlag Die Balue Eule. 117-130.
- Jogthong, C. (2001). *Research Article Introductions in Thai: Genre Analysis of Academic Writing*. Unpublished Doctoral Dissertation, West Virginia University.
- Kan, M. O. (2014). *Retorik Yapı Temelli Bir Metindilbilim Çözümlemesi: Türkçe Yazılan Yüksek Lisans Tezlerindeki Retorik Yapı Özellikleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kan, M. O. ve Gedik, F. N. (2016). Türkçe Eğitimi Alanında Yüksek Lisans Tezi Tamamlayanların Akademik Yazma ve Tez Oluşturma Sürecine İlişkin Görüşleri. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi/Journal of Higher Education and Science*. 6/3. s. 402-408.
- Kanoksilapatham, B. (2005). Rhetorical structure of biochemistry research articles. *English for Specific Purposes*, 24. s. 269-292.
- Karadağ, E. (2009). *Türkiye'de Eğitim Bilimleri Alanında Yapılmış Doktora Tezlerinin Tematik ve Metodolojik Açından İncelenmesi: Bir Durum Çalışması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karadağ, Ö. (2011). Yazma Eğitiminde Anlatım Tarzları ve Öğretimi. (Ed.: Özbay, M.) *Yazma Eğitimi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Karadağ, Ö. ve Maden, S. (2013). Yazma Eğitimi: Kuram Uygulama, Ölçme ve Değerlendirme.(Ed.: Güzel, A. ve Karatay, H.) *Türkçe Öğretimi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Karasar, N. (2006). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yay.
- Karatay, H. (2011). Süreç Temelli Yazma Modelleri: Planlı Yazma ve Değerlendirme. (Ed.: Özbay, M.) *Yazma Eğitimi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Najjar, H. (1990). *Arabic As A Research Language: The Case Of The Agricultural Sciences*. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Michigan.
- Nwogu, K. N. (1997). The medical research paper: Structure and functions. *English for Specific Purposes*, 16. s. 119-138.

- Posteguillo, S. (1999). The schematic structure of computer science research articles. *English for Specific Purposes* 18/2. s. 139-160.
- Samraj, B. (2002). Introductions in research articles: Variations across disciplines. *English for Specific Purposes*, 21. s. 1-17.
- Samraj, B. (2004). Discourse features of the student-produced academic research paper: variation across disciplinary courses. *Journal of English for Academic Purposes*, 3/1. s. 5-22.
- Subaşı Uzun, L. (2006). *Bilimsel Söylem ve Özellikleri*. Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları.
- Swales, J. M. (1990) *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Swales, J. M. (1981). *Aspects of article introductions*. Birmingham, UK: The University of Aston, Language Studies Unit.
- Swales, J. M. (2004). *Research genres: explorations and applications*. Cambridge: CUP.
- Swales, J. M. ve Feak, C. B. (2004). *Academic writing for graduates students*. Michigan: University of Michigan Press.
- Taylor, G. ve Tingguang, C. (1991). Linguistic, cultural, and subcultural issues in contrastive discourse analysis: Anglo-American and Chinese scientific texts. *Applied Linguistics*, 12. s. 319-336.
- Tok, M. (2013). Türkçenin yabancı dil olarak öğretiminde akademik yazma ihtiyacı. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 10/23. s. 1-25.
- Uzun, L., Keçik, İ., Turan, Ü. D. ve Erk Emeksiz, Z. (2010). Sosyal bilimlerde yazılan türkçe bilimsel metinlerde kanıtlama eylemi ve retorik sunumlar. TÜBİTAK 107K228 Nolu Proje.
- Yağız, O. (2009). *The academic writing of Turkish graduate students in social sciences: Approaches, processes, needs and challenges* (Yayımlanmamış doktora tezi), Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yarar, E. (2001). Bilimsel araştırma makalelerindeki "Giriş bölümleri"nin söylem yapıları. Ö. Ekmekçi (Ed.), *XIV. Dilbilim Kurultayı Bildirileri*. Adana: Çukurova Üniversitesi Yayınları. s. 110-123.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.



# RECRUITMENT OF ENGLISH LANGUAGE INSTRUCTORS AT THE SCHOOLS OF FOREIGN LANGUAGES IN TURKEY: ISSUES AND CHALLENGES<sup>1</sup>

Türkiye’de İngilizce Öğretim Görevlilerinin  
Yabancı Diller Yüksekokullarında İşe Alım  
Süreci: Sorunlar ve Zorluklar

Gönderim Tarihi: 05.05.2018

Kabul Tarihi: 07.08.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492571

Ferit KILIÇKAYA\*

**ABSTRACT:** This study aimed to present a discussion on the selection and recruitment of English language instructors in Turkey and focusing on the issues and challenges arising as well as the views provided by the current English language instructors and the candidates. The study adopted a mixed-method approach benefiting from quantitative data through the online survey as well as qualitative data involving semi-structured interviews conducted with randomly selected participants. The study included a five-point Likert scale survey that was composed of 14 statements used to allow 200 participants to express how they disagreed or agreed with a particular statement. The statements were published as a survey on Google Forms and were shared on several social networking sites such as Facebook. The results of the study indicated that the requirements such as the minimum scores on ALES and language proficiency tests should be reconsidered while calculating the total scores for the selection and recruitment process. The results also revealed that the interviews appeared a real matter of considerable concern for the great majority of the participants as the questions asked during the interviews were not structured or standardized to allow comparisons among candidates and that issue of serious concern were voiced by the participants on the specific requirements in job announcements.

**Keywords:** English Language Instructors, Selection, Recruitment, Issues, Challenges.

**ÖZ:** Bu çalışma, İngilizce alanındaki öğretim görevlerinin seçilmesi ve işe alım süreçleri sırasında ortaya çıkan sorunları ve zorlukları mevcut öğretim görevlilerinin ve adaylarının görüşlerine odaklanarak tartışmayı amaçlamıştır. Çalışma, rastgele seçilen katılımcılarla

<sup>1</sup> Bu çalışma, 5. Uluslararası ‘Cross-Curricularity in Language Education’ başlığıyla Krotoszyn, Polonya’da düzenlenen konferansta 8 Eylül 2017 tarihinde aynı başlıkla sunulan ve özet olarak basılan sözlü bildirinin tam metne dönüştürülmüş halidir.

\* Doç. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi/Eğitim Fakültesi/Yabancı Diller Eğitimi Bölümü/İngiliz Dili Eğitimi Anabilim Dalı, ferit.kilickaya@gmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-3534-0924.

yapılan yarı-yapılandırılmış görüşmelere dayalı elde edilen nitel ve çevrimiçi anket uygulamasıyla elde edilen nicel verilerine dayalı tasarlanan karma yöntem araştırma deseninden faydalanmıştır. Çalışmada, 200 katılımcıya sunulan 14 cümleyle ilgili katılımcıların aynı fikirde olup olmadıklarını açıklamalarını isteyen ve beşli Likert ölçeği içeren çevrimiçi anket kullanılmıştır. İlgili ifadeler, Google Form alt yapısı kullanılarak çevrimiçi yayımlanmış ve Facebook gibi sosyal ağ sitelerinde paylaşılmıştır. Çalışmanın sonuçları, başvuru seçim ve işe alım süreçlerinde toplam puanın hesaplanırken ALES ve dil yeterlik sınavlarında istenen taban puanların yeniden gözden geçirilmesini gerektiğini ortaya koymuştur. Ayrıca sonuçlar, mülakatlara sorulan soruların yapılandırılmış ve standartlaştırılmamış olduğundan dolayı mülakat sınavlarının ve iş ilanlarına konan özel şartların katılımcıların büyük bir çoğunluğu için endişe kaynağını oluşturduğunu göstermiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İngilizce Öğretim Görevlileri, Seçim, İşe Alım, Sorunlar, Zorluklar.

## INTRODUCTION

A plethora of research has been conducted on various problems and issues in foreign language teaching and learning at higher education institutions (e.g. Ünal and İlhan, 2017) as well as in teacher education and recruitment (e.g. Mayer et al., 2017; Low and Tan, 2017). The research conducted in Turkey on English language teaching, language teachers, and instructors include the current educational reforms and initiatives at macro and micro policy levels (Kırkgöz, 2017), evaluation of national foreign language tests such as YDS-Foreign Language Exam (Akın, 2016) and ALES- Academic Personnel and Postgraduate Education Entrance Examination (Abdioğlu and Çevik, 2017), as well as the language needs of university students (Akyel and Özek, 2010) and early practices of language teachers at the tertiary level (Öztürk and Yıldırım, 2012). However, there is a paucity of research on issues and challenges that arise during the recruitment of English language instructors at the tertiary level, especially in Turkey.

Contrary to the findings of the studies conducted on student enrollment in teacher education programs (e.g. Assunção Flores and Niklasson, 2014), in Turkey, there is not any issue regarding the number of students applying for teacher education programs. There are many students applying to these programs, and the number of these students outnumbers available quota. Recruiting students to these programs is not a concern in Turkey; the concern is the problematic relationship between teacher supply and demand since there are more applicants than vacancies in almost any teaching subject including English. Therefore, graduates are seeking other possible employment opportunities.

In Turkey, the graduates with a Bachelor degree in English Language Teaching, English Language and Literature or a related field such as American Literature

can apply to Turkish Ministry of National Education to be a teacher of English at state schools. However, in the last few years, language teacher recruitment process has become a tough process for the candidates, as they have to go through several examinations such as KPSS (Kılıçkaya, 2009; Sakarya Maden and Göçerler, 2015; Kılıçkaya and Krajka 2010, 2013) as well as the interviews, the score of which is used to assign the candidates to the teaching positions. As such, recently there has been a great demand for the posts as an English language instructor at the schools of foreign languages in Turkey due to several reasons such as the low status of teachers at state schools, required service (4+2 years) on the first assignment and low salary in comparison with English language instructors.

Regarding the recruitment process, it is well expected that the universities struggle to recruit the best candidates available for the positions they have announced so that the candidates selected should serve their students and improve language teaching and learning based on the needs. Therefore, it is quite natural for candidates to expect the requirements as well as the recruitment process to be fair and open to competition. To the best knowledge of the author, there is no study conducted on the process of the English language instructor recruitment at the tertiary level in Turkey. This paper aims to fill this gap by presenting a discussion on the selection and recruitment of English language instructors in Turkey and focusing on the issues and challenges arising as well as the views provided by the current English language instructors and the candidates. Moreover, it is believed that the findings of the study will inform stakeholders of the issues prevalent in the current recruitment process and the suggestions to overcome any problems attached to this process to ensure the selection of the most suitable candidate based on only merit and organizational values and goals. The findings are also believed to be important to maintain a fair selection and recruitment process, which will be open to any suitable candidate and which will not disadvantage any applicant or discriminate against any group or candidates for any reason.

## LITERATURE REVIEW

### The Recruitment Process in Turkey

The recruitment process of language instructors at the school of foreign languages in Turkey is completed in two stages: the announcement of the posts by the rector's office and the selection of the candidates based on several scores obtained on required exams as well as the interviews conducted for the final decision to be made.



## Minimum Requirements

In order to apply for a position as an English language instructor at the school of foreign languages at a university in Turkey, the candidates first need to meet the minimum requirements as set by the Council of Higher Education (CoHE) [in Turkish, Yükseköğretim Kurulu] since this council mainly provides the legal basis for the recruitment of English language instructors (Official Gazette, 2018). The current minimum requirements are stated as follows:

The candidate must

- hold a Bachelor degree (a four-year program) and an M.A. degree in English Language Teaching, English Language and Literature or a related field such as American Literature, and Translation and Interpreting. It is due to note that some universities may require the graduates of these programs except English language teaching to have a teaching certificate (Seferoğlu, 2004). It is due to note that an M.A. degree has been required after a recent change that was introduced and announced by CoHE through the Official Gazette on June 7, 2018.
- have, at least, 80 score (out of 100) on a language proficiency exam such as *KPDS* (State Employees Foreign Language Exam), *YDS* (Foreign Language Exam), *e-YDS* (electronic Foreign Language Exam), *ÜDS* (Inter-University Foreign Language Examination), *YÖKDİL* (Higher Education Institutions Language Exam), and any equivalent score on language examinations such as *TOEFL iBT®* and *PTE Academic* (CoHE, 2016; Avcı, 2016; Official Gazette, 2018: Article 3 Item 4),
- have, at least, 70 score (out of 100) on the linguistic/verbal section of *ALES* (Academic Personnel and Postgraduate Education Entrance Examination), which is held by *ÖSYM* (Measurement, Selection, and Placement Center). *ALES* has two sections: Linguistic/verbal and Mathematical /numerical. There are 50 multiple-choice questions for each section, 100 questions in total.

Taking into consideration the suggestions made by the school of foreign languages, the university senate may increase the minimum scores such as requiring a score of 90 on the foreign language exam or may ask for job experience of several years.

## Candidate selection

Based on their needs, the heads of the School of Foreign Languages send their requests regarding the posts of language instructors to the Rector's Office and upon the approval of the Rector's office regarding the availability of the posts,

the requests are made to CoHE. However, the Rector's Office can also send their requests to CoHE directly without being sent the requests by the schools. When the posts are approved by CoHE, the Rector's Office announces a notice indicating the required qualifications, the deadline for application as well as the exam date at the web address of CoHE, <https://yoksis.yok.gov.tr/ilansayfa/> since this is a legislative requirement to make sure that the process is fair and open to any qualified instructor. Having met the requirements for the position, the candidates have either to send the documents to the university by mail or submit them in person within the deadline (15 days upon notice).

When the deadline is over, the applications are reviewed, and the unsuitable applications without the required documents are rejected. Then, the list of the candidates is determined by the jury members (three members, two of whom are the academics in the language field), considering the candidates' ALES score (40%) and language score (60%) (Official Gazette, 2018: Article 10). Based on the total score, the participants are ranked from the highest to the lowest and the list of the candidates eligible to take the exam is announced on the main page of the university, and the candidates are asked to sit the interviews on the specified date. The number of the candidates invited for the interviews depends on the number of the positions announced. The number of the candidates to be invited for interviews is ten times the number of the position available. If, for example, there is only one position, ten candidates (or more, if the other candidates have the same score with the tenth one) are invited for the interview.

During the interviews, the candidates are asked questions that will enable them to show their professional knowledge and skills as well as their ability of expression. The exam jury ensures that oral examinations are objective, measurable, and auditable; member designated as the rapporteur shall record the questions and answers of the exams (Official Gazette; 2016: Article 12). After the interviews, the jury calculates the total score of each candidate considering ALES score (30%), GPA (10%), language score (30%), and interview score (30%). The candidates whose interviews scores are below 60 are eliminated and their total scores are not calculated. Moreover, the candidates with the total scores below 65 are not eligible for the position. To the best knowledge of the author, no feedback is provided for unsuccessful candidates following the interview. After the results are finalized and the total scores are ordered from the highest to the lowest, the list of successful applicants for the position is announced at the website of the university. Moreover, reserve candidates are also listed based on the number of the position available. The successful candidates are assigned to the vacant positions and start work as soon as the

paperwork, such as submitting other official documents and getting required permission, and security investigation, which was required after the deadly coup attempt that shook Turkey in July 2016, is completed.

### **Previous Studies Conducted on Recruitment Process and the requirements**

To the best knowledge of the author, there is no study conducted on the recruitment of English language instructors at the schools of foreign languages in Turkey. However, the related literature indicates that there are several studies conducted on the selection and recruitment of English language teachers at state or private schools. Therefore, it is believed that a concise and brief review of these studies will also contribute to the current study.

In the study conducted by Padermprach (2017), it was also noted that while the teachers in Thailand agreed that a test should be used in the recruitment of English language teachers, they also claimed that it was not sufficient to benefit only from a written test and added that the recruitment system must include teaching demonstrations and psychological aptitude test. The importance of affective skills of teachers has been echoed by Adıgüzel (2013), stating that in addition to assessing the teacher candidates' cognitive skills, some other features of the teaching profession such as the candidates' interest and attitudes towards the progression should also be investigated. In addition to these suggestions and the written exam on teachers' subject knowledge, teachers' GPA (Grade Point Average), and the evaluations on their practice teaching at schools during the last year in their undergraduate program should also be considered (Bahar, 2011; Polatcan, Öztürk, and Saylık, 2016). The participants in another study conducted by Atav and Sönmez (2013) underscored the importance of the interviews to be conducted with teacher candidates. 73% of the participants in this study agreed that interviews would also contribute to the selection and recruitment of the teachers.

English language education and examination in Turkey heavily focus on grammar, vocabulary, and reading skills (Kılıçkaya, 2016) and most language teachers and learners refrain from practicing speaking, listening, and writing skills since language exams in Turkey ignore these skills (Akın, 2016), making themselves an important challenge. These issues are not just limited to primary or secondary schools; preparatory schools at universities in Turkey also seem to ignore several productive skills. For example, the study conducted by Akyel and Özek (2010), which aimed to determine the appropriacy of ELT program to students' academic needs, revealed that students should be provided with ample practice in speaking and writing skills, especially for their academic studies. Another study conducted by Öztürk and Yıldırım (2012), investigated the induction process of EFL teachers at universities through interviews conducted with fifteen novice instructors working at different public

universities. One of the results of this study underscored the importance of the teachers' need for improving their speaking and listening skills. Considering the results of these studies, it can be stated that the language examination, including the language tests that language instructors must take to indicate their proficiency in English (YDS, for example), is limited to assessing recognition skills such as reading, rather than productive skills. Moreover, speaking and listening skills appear to be one of the determining factors.

Another requirement that candidates need to meet is to obtain at least a score of 70 on ALES in Turkish. Candidates must obtain this minimum score on the linguistic/verbal section. However, the correct answers provided to the questions on the Mathematical/numerical section also contribute to their score, though on a very small scale. There are several studies conducted on the views towards ALES, the most recent of which are the ones conducted by Kayahan Karakul and Karakütük (2014), and Abdioğlu and Çevik (2017). Kayahan Karakul and Karakütük's (2014) study aimed to present the views of 274 academics working at Ankara University towards the admission criteria to graduate education programs. One of the important outcomes of the study indicated that a great majority of the participants agreed that ALES could not assess the beliefs, behavior and the values that candidates were required to have. Similarly, Abdioğlu and Çevik (2017) aimed to determine 154 academics and administrative staff's views towards ALES at a state university. The majority of the participants expressed that ALES was not sufficient in terms of content and suggested that the content should also consider the test takers' fields, rather than asking the same questions to all test-takers.

In summary, the studies that investigate the views and suggestions of language teachers and academic staff on selection and recruitment processes and the requirements have indicated that several suggestions and changes are to be introduced to the recruitment processes. Most of the studies suggest the introduction of interviews to be conducted with the candidates so that their professional knowledge and skills can be observed. Based on the findings of the studies reviewed in this section, the minimum requirements seem to changed when, especially, such exams as ALES are considered.

## METHODOLOGY

### Research design

The aim of this study is to present a discussion on the selection and recruitment of English language instructors in Turkey, focusing on the issues and challenges arising as well as the views provided by the current English language instructors and the candidates. The study adopted a mixed-method approach benefiting from quantitative data through the online survey as well

as qualitative data involving semi-structured interviews conducted with randomly selected participants.

### Participants

200 participants, who had applied for positions for English language instructors at least once, participated in the study. These participants were the individuals who responded to the survey that was published through Google Forms and was announced on several social networking sites such as Facebook. The demographic information about the participants is provided in the following table (Table 1).

**Table 1:** Participants' Demographic Information

Variable	Groups	Frequency	Percentage
Gender	Male	69	34.50
	Female	131	65.50
Current status	Employed	112	56.00
	unemployed	88	44.00
Degree	B.A.	171	85.50
	M.A.	24	12.00
	Ph.D.	5	2.50
Program	B.A. in ELT	102	51.00
	B.A. in ELL	75	37.50
	B.A. in AL	23	11.50
	M.A. in ELT	14	56.00
	M.A. in ELL	9	36.00
	M.A. in AL	2	8.00
	Ph.D. in ELT	3	60.00
	Ph.D. in ELL	2	40.00
	Ph.D. in AL	0	0.00

### Data collection instruments

The study included a five-point Likert scale survey that was composed of 14 statements used to allow the participants to express how they disagreed or agreed with a particular statement. The researcher developed the survey based on the previous studies conducted on related issues or statements. To ensure the reliability and validity of the survey, a pilot study was conducted with 50 seniors of English at a state university. Regarding the content validity, expert opinions were obtained and item factor analysis was done for construct validity. The Cronbach's Alpha co-efficient of the scale has been found .789. The survey published on Google Forms included a covering letter that indicated the information such as the name of the researcher along with the contact information, the basic aims of the study, and how the information

provided will be used. It was clearly indicated that no harm will result from the study, and all the information provided by the participants will be strictly kept confidential. The participants were also encouraged to participate in the study, as the study did not require them to provide any identifiable information. The survey was shared on several social networking sites such as *Facebook*.

## Data Analysis

The data analysis included the quantitative data collected through the surveys (200 participants) and the qualitative data collected through the interviews conducted with twenty participants, 12 of whom were randomly selected. First, all the participants were listed as names on an Excel list and 12 participant names were randomly selected using the *Sort Range Randomly* utility of *Kutools for Excel*. The rest were willing and able to participate in the interviews. The data collected through the surveys were analyzed in terms of descriptive statistics using IBM SPSS as the survey was designed to enable the participants to express their views on the given statements, and there was no attempt to control or manipulate variables. The descriptive statistics included frequency and percentage response distributions as well as measures of central tendency such as the mean, and dispersion measures such as the standard deviation. Moreover, one sample t-test was also calculated to check whether the mean scores would differ from the neutral point (3).

The data collected throughout the interviews were subject to inductive content analysis. The interviews were carried out semi-structured interviews, and the researcher has a set of the following questions:

- What are your views regarding the exams required for the post as an English language instructor?
- In your view, which exam serves the best to be an English language instructor? Why?
- Do you think that interviews assess your professional knowledge and skills?
- What do you think about the minimum requirements and the requirements announced in the post announcements?

Depending on the flow and the topics of the interview with the participants, the order was sometimes varied. The analysis of the responses provided to the interview questions followed the steps proposed by Creswell (2007). The recorded interviews were first transcribed verbatim. The responses of the participants who did not agree to be recorded were analyzed considering the in-depth hand-written notes taken during these interviews. The transcripts were then checked for units of meaning to determine the emerging themes



and codes. When the themes and codes were finalized, another expert in the field was asked to code the transcripts to ensure consistency and credibility. As a final step, the similarities and differences were discussed by the researcher and the expert, which resulted in revisions to the codes. The themes and the codes, including the example responses, have been provided in Table 3. Three themes and seven codes emerged based on the content analysis: (1) Required MC exams; (2) Interviews; and (3) Requirements. The theme 'Written exams' included three codes: ALES, Language Proficiency Exams, and GPA (General Point Average), and the theme 'Interviews' was composed of two codes: 'Nonobjective-biased', and 'limited in scope'. The final theme 'Requirements' included two codes: 'Unfair', and 'specific to a person'.

## RESULTS

### Quantitative data results

The participants' responses to the survey were analyzed through descriptive statistics, which included frequency, percentage response distributions as well as the mean and the standard deviation and summarized in Table 2. Table 3 provides one-sample t-test results on the mean scores.

**Table 2:** Descriptive Statistics on the Participants' Responses to the Survey

#	Statement	$\bar{x}$	Std. Dev.
1.	ALES scores should be considered in the recruitment process.	2.58	.915
2.	Language proficiency exam scores should be considered in the recruitment process.	4.36	.531
3.	GPA should be considered in the recruitment process.	4.09	.745
4.	The impact of ALES scores should be increased in calculating the total score obtained.	1.51	.549
5.	The impact of language proficiency exam scores should be increased in calculating the total score obtained.	4.55	.556
6.	The impact of GPA (Grade Point Average) should be increased in calculating the total score obtained.	3.59	.816
7.	Interview questions enable me to show my professional knowledge and skills.	1.99	.653
8.	Interview questions enable me to show my ability of expression.	3.66	.761
9.	Interviews are objective.	2.33	.724
10.	Interviews should be abolished. Instead, recruitment process should only consider the exam scores.	4.19	.870
11.	Years of experience determined as a requirement is objective.	1.66	.975
12.	Limiting the B.A. /M.A. /Ph.D. degree to a specific program such as English Language Teaching or English Literature is objective.	1.67	.744
13.	M.A. / Ph.D. degree requirement is objective.	1.47	.750
14.	Specific requirements mean that the university has a candidate in mind.	4.31	.611

SD= Strongly Disagree, D= Disagree, UD= Undecided, A= Agree, SA= Strongly Agree



**Table 3:** One-sample t-test results on the mean scores

# Statement	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
s1	-6.489	199	.000	-.420
s2	36.231	199	.000	1.360
s3	20.698	199	.000	1.090
s4	-38.506	199	.000	-1.495
s5	39.431	199	.000	1.550
s6	10.137	199	.000	.585
s7	-21.969	199	.000	-1.015
s8	12.175	199	.000	.655
s9	-13.093	199	.000	-.670
s10	19.334	199	.000	1.190
s11	-19.508	199	.000	-1.345
s12	-25.273	199	.000	-1.330
s13	-28.865	199	.000	-1.530
s14	30.184	199	.000	1.305

Both Table 2 and 3 indicate that the participants tended to disagree with the statement ( $\bar{x}=2.58$ ;  $SD=.915$ ) regarding the use of ALES scores in the recruitment process. The data suggest that the participants do not want ALES scores to be considered in the recruitment process. As for the language proficiency exam, the table shows that the participants reported a much higher agreement with the statement that language exam scores should be considered ( $\bar{x}=4.36$ ;  $SD=.531$ ). Likewise, the participants also reported that GPA should also be considered in the initial recruitment process ( $\bar{x}=4.09$ ;  $SD=.745$ ). With regard to the statements on increasing the impact of the exams scores in the total calculation, the participants reported varying responses. The impacts of GPA ( $\bar{x}=3.59$ ;  $SD=.816$ ) and language proficiency scores ( $\bar{x}=4.55$ ;  $SD=.556$ ) were reported to be increased. However, the participants reported that they disagreed with the statement that the impact of ALES scores ( $\bar{x}=1.51$ ;  $SD=.549$ ) should be increased in calculating the total score. The participants' responses to the statements regarding the interviews led to interesting results. For example, while the participants agreed that the interview questions enabled them to show their ability of expression in English ( $\bar{x}=3.66$ ;  $SD=.761$ ), they tended to disagree that the interview questions aimed to assess their professional knowledge and skills ( $\bar{x}=1.99$ ;  $SD=.653$ ). Moreover, the participants reported that they disagreed that the interviews were objective ( $\bar{x}=2.33$ ;  $SD=.724$ ) and agreed that the interviews should be abolished and that only the exam scores should be considered ( $\bar{x}=4.19$ ;  $SD=.870$ ).

As to the participants' responses to the requirements in the post announcements, the participants disagreed with the statements that years of experience ( $\bar{x}=1.66$ ;  $SD=.975$ ), limiting the B.A /M.A. / Ph.D. degree to a specific program such as

English language Teaching or English Literature ( $\bar{x}=1.67$ ;  $SD=.744$ ) and M.A. / Ph.D. degree requirement are objective ( $\bar{x}=1.47$ ;  $SD=.750$ ). Moreover, the participants agreed that these specific requirements meant the university had a specific candidate in mind ( $\bar{x}=4.31$ ;  $SD=.611$ ).

### Qualitative data results

Based on the inductive content analysis, three themes and under these three themes, seven codes emerged in total. Under the theme 'Required MC (Multiple Choice) exams', three codes were determined: ALES, Language Exam, and GPA (General Point Average). The themes and the codes, including the example responses, have been provided in Table 3.

**Table 3:** The Emerging Themes and Codes in the Interviews

Theme	Codes	Sample Responses
Required MC Exams	ALES	<i>I do not think that ALES is a good measure of English language teachers in terms of their professional ability and skills. It aims to test the candidates' mathematical and language skills in Turkish. We will be teachers of English, but we are required to take this exam. The impact of this test should at least be decreased</i>
	Language Exams	<i>Language proficiency exams are a better indicator of the candidates' ability. Of course, the language exams in Turkey are based on multiple-choice exams. They just assess recognition skills rather than productive skills. They do not assess speaking, writing, and listening. I believe that other exams that assess the four skills such as TOEFL iBT® are more reliable and valid.</i>
	GPA	<i>GPA should also be included in the initial screening process. I mean, ALES and Language exam scores are considered in determining the list of the candidates to be interviewed, but GPA is ignored, which means ignoring the candidates' success during their four years in their education. Moreover, the impact of GPA should also be increased.</i>
Interviews	Nonobjective-biased	<i>The interviews are not objective. I do not believe that the jury members can make decisions about whether the person is qualified of performing the job as an English instructor. The jury members asked me why I did not apply to the university where I lived.</i>
	Limited in scope	<i>The questions asked during the interviews may reveal my ability of expression in English as well as professional knowledge. Seldom did I have questions in other interviews on my teaching philosophy or experiences. I strongly believe that there should be no interviews.</i>
Requirements	Unfair	<i>I have no problems regarding the common requirements such as having a score of 80 in the language exam or 70 in ALES. But when I check the websites for notices for posts, I see many notices requiring that the candidates should be a graduate of only English language teaching. Some even require an M.A degree in a specific program.</i>
	Specific to a person	<i>When I see a post announced on the university websites or at the web address of CoHE, I sometimes get surprised. In addition to the common requirements, there are very specific requirements such as the program that the candidate must have graduated and the years of experience. These post notices are very narrow and specific. I believe that the university has a specific person in mind and by determining such requirements; they try to limit the number of applicants so that only that person or a few more could apply and they could easily select that person for the job.</i>

ALES. The participants' responses to the questions on the required examinations show that ALES was not viewed as a reliable and valid indicator of the candidates' success in their future career. A great majority of the participants interviewed (n=17) indicated that the mathematical/numerical section of the exam does not assess their professional skills regarding English language teaching. One of the reasons pointed out by the participants why ALES was not regarded as a valid exam was that the candidates with high mathematical skills had an advantage over the others with low skills. This belief is evident in the response of one of the participants:

*In order to be invited to the interview, the candidates are listed from the highest to the lowest scores. ALES accounts for 40 percent of the total score, which I believe is unfair. I have a very high score on the language exam, but when it comes to ALES, unfortunately, I have a low score, as I cannot do well in mathematics in that exam. Although I speak English very well and have a good GPA, most of the time I am not on the interview list due to the low score in ALES.*

Almost all the participants (n=19) also indicated that the impact of ALES should be decreased so that the scores obtained in language proficiency exams can affect more the total score as it was expressed that the aim was to select an English language instructor. One participant expressed this as follows:

*The impact of ALES should be decreased. The university, I think, needs a good language instructor who can speak and teach English well. ALES assesses Turkish language and mathematical skills through multiple-choice exams.*

*Language Proficiency Exams.* The participants (n=19) believe that the impact of language proficiency exams in the recruitment process should be increased as they expressed that professional knowledge and skills could be better represented compared to ALES. However, it was also noted by some participants (n=11) that the current language proficiency exams such as YDS and YÖKDİL were not enough to assess the four skills of the participants as these exams were composed of multiple-choice questions that assessed recognition skills such as vocabulary and grammar knowledge. Therefore, these participants, while acknowledging the contribution of language exams to the recruitment process, expressed that these exams should be replaced by the exams that focus more on productive skills, rather than passive skills. One of the participants expressed this view as follows:

*The scores on the language proficiency exams should contribute more to the total scores of the participants. The selection process would be fairer, I think. In this way, the candidates with higher ability in the language would*

*be interviewed for the posts. Moreover, the exams should be testing the productive skills such as the TOEFL iBT® test, which I think better represents the candidates' ability in speaking and listening skills.*

**GPA.** A great majority of the participants (n=17) expressed that GPA should also be considered in the initial screening process. As mentioned before, during the initial recruitment process for the language instructor posts in Turkey, only ALES and language scores are calculated to determine which candidates are to be invited for the interview exams. However, the participants underscored the importance of adding GPA to the calculation as one of the participants explained:

*GPA is totally ignored in the initial screening process. While the calculation of the total scores after the interview includes GPA, ten percent by the way, the first process does not include it. I consider this unfair because the candidates' educational background is ignored. I mean their success at the university.*

Under the theme 'Interviews', two codes emerged: 'Nonobjective-biased' and 'limited in scope'.

**Nonobjective-biased.** Most of the participants (n=15) indicated that the interviews are non-objective and biased due to several reasons. One of the reasons indicated by the participants was that the questions asked during the interviews were more related to personal issues. Some of the questions asked during the interviews were: "Why did not you apply to the university where you lived?", "Would you like to work in the rural districts where the university has a vocational high school? and "Why would you like to be an English instructor?" One of the participants expressed this as follows:

*The aim of the interviews should be to assess the candidates' professional knowledge and abilities such as current knowledge regarding language teaching at the university and pedagogical approaches. However, most of the questions in the interviews are related to other issues such as why we are applying to the university, and what makes you a good teacher. I was once asked if I was able to teach at a vocational high school where male students outnumbered the females.*

**Limited in scope.** A great majority of the participants (n= 18) were of the opinion that the interviews were limited in scope as most of the interviews were conducted within five to 10 minutes. According to the participants, the questions did not aim to assess whether the candidates were qualified but rather, as they called, 'tricky' questions. 15 of the participants also indicated that the interviews should be abolished since they thought it was not possible to assess the candidates' ability in teaching English within a limited amount of

time through a few questions. One of the participants indicated this handicap as follows:

*I have gone through a few interviews, but most of them were completed in less than ten minutes, or say fifteen minutes. I think it is not possible to assess the candidates' capacity to teach a language in that amount of time. I do not know what the jury members thought about that but asking a few specific questions, you cannot determine what that candidate is suitable for the job.*

The final theme 'Requirements' included two codes: 'Unfair', and 'specific to a person'.

*Unfair.* A great majority of the participants (n= 18) expressed that while admitting that the minimum requirements as set by CoHE were reasonable, it was not fair to add extra requirements such as the limitation of the program and years of experience. One participant indicated that such requirements of this kind are not fair:

*Some of the post announcements by the universities require 90 on the language exam. While this score might be reasonable, they also add a statement like this "The candidates must be a graduate of English language and literature". This means that the candidates that graduated in another program such as English language teaching or American literature cannot apply for this post. I think this is unfair. Some even say that the candidates must be currently an M.A. student in the program, which means that if you have an M.A. degree in your hand, you cannot apply.*

*Specific to a person.* Regarding the responses on the minimum requirements as well as the requirements announced in the post announcements, most participants (n= 16) thought that the specific requirements in the announcements meant the university had a specific candidate in mind. As one of the participants explained in the quotation above, some requirements are so specific that certain candidates can apply for the post. One of the candidates expresses this issue as follows:

*I believe that universities have certain candidates in their minds. I mean they determine the candidate to be accepted for the post first and then announce the requirements that that specific person can meet. Otherwise, how would you account for the requirements such as "The candidates must be an M.A. student in this or that specific program" and "four or five years of experience". Why not one year or two years?*

## DISCUSSION

During the course of the interviews, many participants mentioned that the interviews provided them with the means to express their views on the recruitment process as well as what was happening in the interviews for the posts. Therefore, the responses obtained through the interviews have really contributed to the discussion of the findings. The findings of both quantitative and qualitative data indicate the participants report the impact of ALES score should be decreased in the total calculation in both the initial and final calculation of total scores, while language proficiency scores and GPA were stated to be increased. This is most probably because ALES mainly assesses linguistic/verbal ability in Turkish and mathematical/numerical ability and that ALES is not seen as a valid exam because of its content, which corroborates the findings of the studies conducted by Abdioğlu and Çevik (2017) and Kayahan Karakul and Karakütük (2014). Considering the impact of ALES (40% in the initial process; 30% in the total calculation), the participants underscore that its impact should be decreased so that the language proficiency and GPA could play a more determining role in the recruitment process, which corroborates the findings of several other studies such as the ones conducted by Bahar (2011) and Polatcan, Öztürk, and Saylık (2016), whose findings indicated the importance of considering teachers' GPA and the evaluations on candidates' practice teaching at schools during the last year.

Moreover, as indicated by some participants, the language examination is also limited due to its content with a focus on recognition skills, rather than productive skills. As noted down by Akın (2016), Akyel and Özek (2010), and Öztürk and Yıldırım (2012), the most determining factor in language teaching and learning is the skills of speaking and listening. Thus, the language proficiency exam should meet the demands of the twenty-first-century learning and teaching environment by assessing productive skills in addition to receptive skills.

In the final recruitment stage, interviews play the most important role since the candidates with interview scores lower than 60 are automatically eliminated, no matter how high their other exam scores are. The responses provided by the participants to the survey items and to the interview questions clearly show that although their ability of expression in English is assessed during the interviews, their professional knowledge and skills cannot be determined considering the duration of the interviews. This result can be attributed to the fact that the short interviews through a few questions that were probably not structured or standardized to allow comparisons among candidates cannot allow deciding which participants are eligible for the positions. Moreover,



the interviews are not considered objective, as there are no criteria and/or rubrics on which the candidates are evaluated. Interviews are really a matter of considerable concern for the participants. Therefore, a great majority of the participants suggest removing the interviews and considering only the exam scores obtained, which was contrary to the findings of the study conducted by Padermprach (2017), which indicated that while a written test was considered necessary, the recruitment process must include teaching demonstrations and psychological aptitude test and the findings of Adıgüzel's (2013) study, which required that the candidates' interest and attitudes towards the profession should also be investigated, and the findings of Atav and Sönmez (2013), which revealed that the great majority of the participants interviews suggested including interviews in the selection and recruitment of the teachers. The difference between the current and other studies might be attributed to the fact that the participants in the current study do not rely on interviews or similar exam formats as these were believed to be non-objective and biased.

Another central concern as suggested by the findings is related to the requirements. Although minimum requirements are well received by the participants, when it comes to the specific requirements in the job announcements, issues of serious concern are voiced. It is quite natural for the universities to set standards or requirements for candidates to have achieved since it is critical for them to be able to select the most qualified ones to educate the students. Moreover, it is a well-known fact that qualified instructors make the largest difference in and contribution to learner achievement and motivation. One of the concerns raised is related to years of experience determined as a requirement. The participants' main question regarding this requirement is the reason why the universities determine such a requirement. It might be acceptable for universities to determine such requirements since, for example, the school of foreign languages may need English language instructors to teach preparatory classes or advanced classes in which there are students preparing for their departments where the medium of instruction is English and may require some experience. However, the job announcements do not include any information regarding this. Some job announcements, for example, require three years of experience. Some might question this number as one might ask 'Why not two years or why not five years? CoHE has a piece of legislation regarding the years of experience, which reads that the candidates with an M.A. in their field are considered to have had two years of experience. It is possible for some universities to 'get around' this legislation by requiring three or even five years of experience, which leads several candidates to have an advantage over the rest of the other applicants. Limiting the required degrees to a specific program or asking for a specific M.A. or Ph.D. degree are



not the rare requirements in the job announcements. Such requirements lead the candidates to think that the university has a specific candidate in mind or has already determined the candidate to be selected. This is not unusual in academia. When the current and previous job announcements are checked and requirements are analyzed, it can be said that the candidates might be right about this. There are so specific requirements that only a few candidates can apply for the position and many other 'prospective' candidates cannot stand a chance, which is against the fairness and equal opportunity employment. While the data obtained through quantitative and qualitative data analysis may not be generalizable to larger populations of English language graduates willing to be English instructors, the key results might have the following implications.

The impact of ALES should be decreased, while that of the foreign language exam should be increased in the initial and the final recruitment process. Moreover, GPA should also be included in the initial recruitment process, and its impact should be increased so that the candidates' success and professional knowledge during their study in the program. The current nation-wide language examinations such as YDS and YÖKDİL fail to assess the candidates' productive skills such as writing and speaking and the receptive skills such as listening. Therefore, these exams should be changed so that they also assess the skills mentioned. Alternatively, other language exams as *TOEFL iBT®* and *PTE Academic* can be used. However, it was also noted by some participants (n=11) that the current language proficiency exams such as YDS and YÖKDİL were not enough to assess the four skills of the participants as these exams were composed of multiple-choice questions that assessed recognition skills such as vocabulary and grammar knowledge. Therefore, these participants, while acknowledging the contribution of language exams to the recruitment process, expressed that these exams should be replaced by the exams that focus more on productive skills, rather than passive skills. Since interviews are to be conducted as required by the legislation and the score obtained in the interviews are used to assign the candidates to the teaching positions, the universities and the jury members should ensure that the interviews are objective, measurable, and auditable. This can be done by recording the interviews, preparing detailed rubrics to assess the candidates, and allocating enough time to allow the candidates to show their professional ability and skills through a variety of alternative assessment such as portfolio assessment and micro teaching performance. Specific requirements determined for the positions announced appear to be a serious concern, and such requirements lead the candidates to think that the university has a candidate in mind or has already determined the candidate to be selected, which can be easily observed in the current and previous positions announced. Therefore, the universities

should pay special care to this concern and ensure that the application process is fair, and open to competition.

## CONCLUSION AND SUGGESTIONS FOR FURTHER RESEARCH

This study aimed at presenting a discussion on the selection and recruitment of English language instructors in Turkey and providing data collected through surveys and interviews regarding the issues and challenges arising as well as the views provided by the current English language instructors and the candidates. The results indicated that the requirements such as the minimum scores on ALES and language proficiency tests should be reconsidered while calculating the total scores for the selection and recruitment process. The results also revealed that the interviews appeared a real matter of considerable concern for the great majority of the participants as the questions asked during the interviews were not structured or standardized to allow comparisons among candidates and that issue of serious concern were voiced by the participants on the specific requirements in job announcements. As elucidated in the present paper, the participants raised serious concerns regarding the use of exam scores in the recruitment process as well as the specific requirements for the positions, which dictates that there is an obvious need to take actions intended to promote fair and open competition as well as evaluation. In light of these concerns, of vital importance is the determination of the qualifications that are employed with the purpose of selecting the most qualified instructors so that they can better serve the needs of the students as well as the university itself.

Interviews conducted during the recruitment process seem to be the main concern for the participants. Interview performance might be much too variable to base an important judgment on candidates' current and future performance in a very limited time since an unstructured, ten to fifteen minute interviews is virtually worthless as a predictor of the candidates' long-term performance. Moreover, limiting the required degrees to a specific program or asking for specific requirements without reasonable explanations lead candidates to think that these positions are for specific candidates and the requirements are set so that only these candidates can apply. The recommendation, then, is to base the decisions on a variety of factors such as GPA, exam performance, and extracurricular activities during the university education, and when specific requirements are to be requested, they should be justified.

The current study did not take into consideration the effects of several demographic information variables such as gender, the program that the participants graduated from and the scores obtained on the required exams. Therefore, further research can investigate the effects of these variables on

the participants' responses to the survey statements and interview questions. Moreover, the other stakeholders' views (heads of the school of foreign languages) might also be obtained in further research to add much more rich data. When the study was conducted, it was not necessary to hold an M.A. degree in the related fields. However, due to a recent change, an M.A. degree was also required to apply for the positions. Therefore, the questionnaire did not include any statement regarding this change, which might be investigated in further studies. Since the study could not deal in detail with the reasons why the participants preferred to work as English language instructors at universities (Demirkasımoğlu, 2018), further research can also focus on these reasons since it is believed that the findings might also shed light on the effects of current practices and decisions of policymakers on the future of English language teaching and learning.

## REFERENCES

- Abdioğlu, C. and Çevik, M. (2017). Evaluation of Ales according to Academic and Administrative Staffs' Opinions: Karamanoğlu Mehmetbey University Case. *Kastamonu Education Journal*, 25(2), 719-732. Retrieved from <http://kefdergi.kastamonu.edu.tr/ojs/index.php/Kefdergi/article/view/1009> on September 20, 2017.
- Adıgüzel, O. C. (2013). Teacher Recruitment in Turkey: Analysis of Teacher Selection Exams in Comparison with Revised Bloom's Taxonomy of Educational Objectives. *Educational Research and Reviews*, 8(21), 36-214. doi:10.5897/ERR2013.1571.
- Akın, G. (2016). Evaluation of National Foreign Language Test in Turkey. *Asian Journal of Educational Research*, 4(3), 11-21. Retrieved from <http://www.multidisciplinaryjournals.com/ajer-vol-4-no-3-2016/> on July 20, 2017.
- Akyel, A. S. and Özek, Y. (2010). A Language Needs Analysis Research at an English Medium University in Turkey. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 969-975. doi:10.1016/j.sbspro.2010.03.136.
- Assunção Flores, M. and Niklasson, L. (2014). Why do Student Teachers Enrol for a Teaching Degree? A Study of Teacher Recruitment in Portugal and Sweden. *Journal of Education for Teaching*, 40(4), 328-343. Retrieved from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02607476.2014.929883> on May 20, 2017.
- Atav, E. and Sönmez, S. (2013). Öğretmen Adaylarının Kamu Personeli Seçme Sınavı (KPSS)'na İlişkin Görüşleri [The Views of Teacher Candidates about Public Personnel Selection Examination (PPSE)]. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Özel Sayı(1), 01-13. Retrieved from <http://www.efdergi.hacettepe.edu.tr/yonetim/icerik/makaleler/275-published.pdf> on June 28, 2017.
- Avcı, M. (2016). Regulations on Academic Staff Recruitment in Turkey. *Human Rights Review*, 6(11), 1-64. Retrieved from <http://www.taa.gov.tr/yayin/human-rights-review-sayi-11/> on May 20, 2017.
- Bahar, H. H. (2011). ÖSS Puanı ve Lisans Mezuniyet Notunun KPSS 10 Puanını Yordama Gücü KPSS 10 Score Prediction Power of Bachelor Graduation Mark and OSS Score]. *Eğitim ve Bilim*, 36(162), 168-181. Retrieved from <http://egitimvebilim.ted.org.tr/index.php/EB/article/viewFile/801/319> on June 30, 2017.
- CoHE. (2016). *Yabancı Dil Sınav Eşdeğerlikleri* [Equivalence of Foreign Language Exams]. Retrieved from <http://www.yok.gov.tr/documents/10279/30814109/EsdegerlikTablosu.pdf> on May 20, 2017.

- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches* (2nd ed.). Thousands Oaks, CA: Sage Publications.
- Demirkasımoğlu, N. (2018). Tenure and Non-tenure-track Systems in Turkish Academia: Current Status and Future Prospects. In I. I. Munene (Ed.), *Contextualizing and Organizing Contingent Faculty: Reclaiming Academic Labor in Universities* (pp. 175-194). Lanham, Maryland: Lexington Books.
- Kayahan Karakul, A. & Karakütük, K. (2014) Lisansüstü Öğretime Öğrenci Seçiminde Kullanılan Ölçütlere İlişkin Öğretim Elemanlarının Görüşleri [Views of Academics on Student Selection Criteria for Graduate Education]. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 47(2), 179-200. Retrieved from <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/40/1996/20849.pdf> on May 15, 2017
- Kılıçkaya, F. (2009). İngilizce Öğretmen Adaylarının KPSS (Kamu Personeli Seçme Sınavı) Hakkındaki Görüş ve Önerileri [Prospective English Language Teachers' Views and Suggestions on KPSS (State Employees Selection Exam)]. 18. *Eğitim Bilimleri Konferansı Özetler Kitabı* [18th Educational Sciences Conference Abstracts]. İzmir: 18. Eğitim Bilimleri Konferansı, 536-537. Retrieved from [https://www.pegem.net/Akademi/kongrebildiri\\_detay.aspx?id=103124](https://www.pegem.net/Akademi/kongrebildiri_detay.aspx?id=103124) on May 18 2017.
- Kılıçkaya, F. (2016). Washback Effects of a High-stakes exam on Lower Secondary School English Teachers' Practices in the Classroom. *Lublin Studies in Modern Languages and Literature*, 40(1), 116-134. doi:10.17951/lsmll.2016.40.1.116.
- Kılıçkaya, F. and Krajka, J. (2010). . Language Teachers' Views and Suggestions on the Central Teacher Selection and Recruitment Exam in Turkey. *The New Educational Review*, 22(3-4), 253-260. Retrieved from [http://www.educationalrev.us.edu.pl/dok/volumes/tner\\_3\\_2010.pdf](http://www.educationalrev.us.edu.pl/dok/volumes/tner_3_2010.pdf) on May 17,2017.
- Kılıçkaya, F. and Krajka, J. (2013). A Review of Language Teacher Selection Examination and Recruitment in Turkey and Poland. *International Journal of Research Studies in Language Learning*, 2(5), 93-104. Retrieved from <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED570165.pdf> on May 15, 2017.
- Kırkgöz, Y. (2017). English Education Policy in Turkey. In R. Kirkpatrick (Ed.), *English Language Education Policy in the Middle East and North Africa* (pp. 235-256). Cham, Switzerland: Springer.
- Low, E.-L. and Tan, O.-S. (2017). Teacher Education Policy: Recruitment, Preparation and Progression. In O-S.Tan, W-C. Liu and E-L. Low (Eds.), *Teacher Education in the 21st Century: Singapore's Evolution and Innovation* (pp. 11-32). Singapore: Springer.

- Mayer, D., Dixon, M., Kline, J., Kotsogriz, A., Moss, J., Rowan, L. et al. (2017). *Studying the Effectiveness of Teacher Education: Early Career Teachers in Diverse Settings*. Singapore: Springer.
- Official Gazette. (2018, June 7). Vol. 30444. Retrieved from <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/06/20180607-15.htm> on July 1, 2018.
- Padermprach, N. (2017). *The Problems of English Language Education at the Upper Secondary Level in Thailand: The Perceptions of Thai EFL Teachers and Students in Bangkok* (Doctoral dissertation, University of Warwick, Coventry, the United Kingdom). Retrieved from [http://wrap.warwick.ac.uk/99651/1/WRAP\\_Theses\\_Padermprach\\_2017.pdf](http://wrap.warwick.ac.uk/99651/1/WRAP_Theses_Padermprach_2017.pdf) on July 1, 2018.
- Polatcan, M., Öztürk, I. and Saylık, A. (2016). Öğretmen Adaylarının Kamu Personeli Seçme Sınavına (KPSS) İlişkin Görüşleri [Teacher Candidates' Views on State Employees Selection Examination (KPSS)]. *Route Educational and Social Science Journal*, 3(1), 126-138. Retrieved from <http://www.ressjournal.com/DergiPdfDetay.aspx?ID=438> on June 14, 2017.
- Öztürk, M. and Yıldırım, A. (2012). English as a Foreign Language Instructors' Induction: Early Practices of Language Teachers Teaching at Tertiary Level. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 3(2), 1-17. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/tojqi/issue/21395/229367> on June 20, 2018.
- Sakarya Maden, S. and Göçerler, H. (2015). KPSS Almanca Öğretmenlik Alan Bilgisi Testi Hazırlık Materyallerine Eleştirel Bir Bakış [A Critical Look at the Preparatory Materials towards KPSS German Teaching Subject Knowledge Test]. *Trakya University Journal of Social Sciences*, 17(1), 113-124. Retrieved from <http://bys.trakya.edu.tr/file/open/25748599> on May 20, 2017.
- Seferoğlu, G. (2004). A Study of Alternative English Teacher Certification Practices in Turkey. *Journal of Education for Teaching*, 30(2), 151-159. Retrieved from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0260747042000229762> on May 22, 2017.
- Ünal, M. and İlhan, E. (2017). Case Study on the Problems and Suggestions in Foreign Language Teaching and Learning at Higher Education. *Journal of Education and Training Studies*, 5(6), 64-72. Retrieved from <http://redfame.com/journal/index.php/jets/article/view/2302/2503> on June 30, 2017.





# MATEMATİK ÖĞRETİMİNDE AKILLI TAHTALARIN KULLANIMINDA KARŞILAŞILAN ZORLUKLAR<sup>1</sup>

## The Difficulties Encountered While Using Smart Boards in Mathematics Teaching

Gönderim Tarihi: 09.03.2018

Kabul Tarihi: 07.08.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492520

Tamer KUTLUCA\*

Ali TUM\*\*

**ÖZ:** Ortaokullarda akıllı tahta teknolojisinin kullanımı kademeli şekilde yaygınlaştırılmaya başlanmıştır. Akıllı tahtanın kullanımına yönelik bu çalışma bilgi ve iletişim teknolojilerinin ortaokul düzeyindeki matematik derslerinde kullanımının öğretim programlarının gelişimine destek sağlaması yönünden önemli görülmektedir. Bu çalışmada matematik öğretimi yapılırken akıllı tahtaların kullanılması esnasında yaşanan birtakım güçlüklerin belirlenmesi hedeflenmiştir. Çalışmada bir durum detaylı şekilde incelenmeye çalışıldığından nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Araştırma, Güneydoğu Anadolu Bölgesinde bir ilin merkezinde bulunan ortaokulda görev yapan 8 matematik öğretmeniyle gerçekleştirilmiştir. Veriler yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak görüşme yapılarak toplanmıştır. Görüşmeler ses kayıt cihazıyla kayıt edilmiş ve sonradan yazıya dökülmüştür. Elde edilen veriler nitel bir yaklaşım kullanılarak betimsel analize tabi tutulmuştur. Çalışmada akıllı tahtanın dezavantajları, karşılaşılan pedagojik sorunların nedenleri, akıllı tahtanın öğrenmeye etkileri gibi temalar altında veriler yorumlanmıştır. Araştırmanın sonucunda öğretmenlerin akıllı tahta kullanımında karşılaştıkları güçlüklerin matematik dersinde akıllı tahta kullanımına yönelik yetersiz bilgi, rehberlik ve bu kullanıma yönelik ihtiyaç duyulacak hizmet içi eğitimlerin verilemediğinden kaynaklandığı saptanmıştır. Bunun yanında sınıf mevcudunun fazla ve akademik başarının düşük olduğu sınıflarda akıllı tahta kullanımıyla öğretimin yeterince uygulanamadığı söylenebilir. Öğretme ve öğrenme sürecinin

<sup>1</sup> Bu çalışmanın özeti 24-26 Mayıs 2017 tarihinde 11.Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumunda (ICITS2017) sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

\* Doç.Dr., Dicle Üniversitesi/Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi/Matematik Eğitimi Anabilim Dalı, tkutluca@dicle.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0003-0730-5248.

\*\* Matematik Öğretmeni, Adıyaman Millî Eğitim Müdürlüğü, a.tum31@hotmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-7472-9553.

başlangıç elemanları olan dikkat çekme, ilgi ve motivasyonun akıllı tahta kullanımıyla sağlanması öğrencinin verilecek kavramları öğrenme isteğini artırdığı bunun öğrenmeye olumlu yansımalar olarak görüldüğü söylenebilir. Ancak akıllı tahtanın sürekli kullanımı belirli bir süre sonra öğrencinin motivasyonunda düşüşler yarattığı da söylenebilir. Ayrıca öğretmenlerin matematik derslerinde akıllı tahtayı öğretim amaçlı değil soru çözme odaklı kullandıkları da belirlenmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Akıllı Tahta Kullanımı, Matematik Öğretimi, Karşılaşılan Zorluklar.

**ABSTRACT:** The use of the smart board technology has gradually become more popular at secondary schools. This use of smart boards is considered important since the application of information and communications technologies at secondary school mathematics classes is supportive for the development of the curriculum. The aim of this study is to find out the problems encountered during the use of smart boards for mathematics education. The qualitative research method was used since the circumstance studied on needed to be examined in details. This study was carried out with the cooperation of 8 mathematics teachers working at a secondary school at the center of the city in Southeastern Anatolia region. The data were collected via semi-structured interview form in consequence of interviews. The interviews were audio-recorded. Afterwards, they were written out. The results that were obtained were subjected to a descriptive analysis with a qualitative approach. In the study, the data were interpreted in terms of the disadvantages of the use of smart boards, the reason of the pedagogical problem, the effect of smart boards on learning etc. At the end of the study, it has revealed that the problems that the teachers experienced have stemmed from the lack of knowledge about the use of smart boards in mathematics classes, the lack of counseling and inservice training on this subject. In addition, it has appeared that the education cannot be performed adequately with the help of smart boards in crowded classes with the academic failure. It can be said that to support the conspicuousness, attention and motivation, which are the start elements of the teaching and learning process, with the use of smart boards increases students' eagerness to learn the new concept and this situation reflects credit on learning. However, the continuous use of smart boards may decrease the motivation of the students. Moreover, it can be seen that teachers in mathematics classes use smart boards to solve problems, not to teach the new concept.

**Keywords:** Smart Board Using, Mathematics Teaching, Encountered Difficulties.

## GİRİŞ

Günümüzde bilgi ve teknolojinin hızla gelişmesi bilgi toplumlarını meydana getirmiş durumdadır. Yeniliklerin yaşandığı her çağda toplumların gereksinimleri de sürekli güncellenir. Bu güncellenen gereksinimlere çözüm bulmak için toplumlar teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek kendi toplumsal ihtiyaç ve kültürlerine göre şekillendirmenin zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Bilgi teknolojilerinin yaygın hale gelmesi insanlar üzerinde büyük çapta bir iz bırakarak toplumlarda değişimlerin yaşanmasının önünü açmıştır (Akkoyunlu,1995).

Bilimin ve ortaya çıkarttığı ürün olan teknolojik gelişmeler pek çok alanda kullanımının artması, eğitim alanında da yansımalarına ve hızla yaygınlaşmasına sebep olmuştur (Çelen ve Seferoğlu, 2016). Bu gelişmelerle eğitim alanında kullanılan teknolojik araç ve gereçlerin başında bulunan bilgisayarın (Kutluca ve Birgin; 2007) dünyada yayılmasıyla 1980'li yıllarda Türk Eğitim Sistemine teknolojiği entegre etme çalışmaları hız kazanmış ve 1985 yılından sonra Millî Eğitim Bakanlığı (MEB) girişimleriyle eğitim öğretim faaliyetlerinde kullanılmaya başlanmıştır. Bilgisayarın genel anlamda eğitim-öğretim faaliyetleri içerisinde kullanılması Bilgisayar Destekli Eğitim (Çankaya ve Karamete, 2008) olarak adlandırılırken sadece öğretim faaliyetleri içerisinde kalan bireyin etki-leşim sağlayarak kendi yeterlilik ve eksikliklerinin farkında olmasını amaçlayan ve bunun için geri bildirimler alarak öğrenmeyi daha kontrollü ve anlamlı şekilde sağlayan; birden çok çok duyu organına hitap edecek şekilde derse olan tutumu olumlu etkileyen ve ilgi uyandırma amacı güderek (Baki, 2002) kullanılmasını Bilgisayar Destekli Öğretim (BDÖ) şeklinde adlandırabiliriz.

Geçmişte birçok bilim insanının matematik biliminin yanında farklı bilim dallarıyla da uğraşmışlardır. Karl Friedrich'in dediği gibi "Matematik bilimlerin kraliçesidir". Çünkü her bilim düşünerek, araştırarak ve çeşitli yöntemlerden geçtikten sonra geçerlilik kazanır. Bir anlamda aslında toplarız, çıkartırız, çarp- parız, böleriz ve sonuç elde ederiz. Bunun yansımalarından biride bilgisayardır. Bilgisayar ile matematik arasında bir ilişkinin mevcut olduğu aşikârdır. Bilgisayar ve programcılığın 0 ve 1 sayılarından oluşan kodlamalardan ibaret olduğunu düşünürsek matematik olmadan bilgisayarın varlığından söz etme- miz imkânsız olurdu. Ancak bilgisayarın varlığı ve gelişimi matematiği de geli- ştirerek soyutluktan somutluğa taşımıştır (Tooke, 2001 akt. Bayturan, 2011).

Alakoç (2003) başlı başına karmaşık bir sistem olan matematiği; birbiriyle iliş- kili yapı ve bağıntılardan oluşan, içerisinde soyutlama ve genelleme süreçleri- ni barındıran soyut bir kavram olarak tanımlamıştır. Bu soyut kavramların öğ- retilmesi ve öğrenilmesi oldukça güçtür. Yıllardır matematiğin anlaşılmasında öğrenciler zorluklar çekmekte, kavram yanlışlarına düşmekte ve buna bağlı matematik dersine karşı olumsuz tutum sergilemektedirler. Birgin ve Gürbüz (2008) bu tür olumsuzlukların giderilmesi için BDÖ yönteminin kullanılması gerektiğini ifade etmiştir.

Ülkemizde son yıllarda eğitim reformlarıyla FATİH (Fırsatları Artırma ve Tek- nolojiyi İyileştirme Hareketi) projesi devreye girmiş ve teknolojinin eğitim ve öğretimde etkin şekilde kullanımı hedeflenmiştir. Bu da BDÖ'nün aktif şekil- de kullanımını tetiklemiştir. Bu derslere farklı bakış açıları kazandırırken hem öğrencilerin derslerden zevk almasını sağlar hem de dersi tek tip yöntem ile anlamakta zorlanan öğrenciler için alternatif yöntemleri içinde barındırır (Baki

ve Öztekin, 2003). Dolayısıyla bunun için öğretmene büyük bir iş düşmektedir. Çünkü öğretmen öğretimi planlamalı, öğretimi etkili ve kalıcı hale getirmek için görsel içeriği zengin tutarken (Mayer, 2003), öğretim amaçlı kullanacağı teknolojik araç ve gereçleri iyi bilmeli buna yönelik teknik ve pedagojik bilgilere sahip olmalıdır. Öğretmen Eğitimi Genel Müdürlüğü de öğretmen mesleğini icra eden bireylerin “yeni eğitim teknolojilerini kabullenmeli ve onları kullanabilmeli”, “öğretimde yeniliklere açık olmalı” gibi yeterliliklere sahip olması gerektiğine vurgu yapmıştır. Öğretmenlerin bilgi ve teknolojileri istenilen düzeyde kullanabilmeleri (Kayak ve Kır, 2015; Saraç ve Özarlan, 2017) öğretim kapsamında görev ve sorumluluklarını yerine getirmelerini sağlar.

Piaget, bilginin oluşumunu bireyin çevresi ile etkileşimi sonucunda oluştuğunu belirtmiştir (Baki, 2002). Günümüzde yapılandırmacı eğitim felsefesine göre şekillenen matematik öğretim programı da bilgiyi doğrudan bireye aktarmak yerine bireyin bilişsel, duyuşsal ve motor becerileri açısından çevresiyle etkileşim sürecine girerek kazanımların kazandırılmasını amaçlamaktadır. Öğretmen öğrenme ortamını düzenlerken sahip olduğu inançlardan etkilenebilir (Ernest, 1989). Bu da öğrenme ortamının elverişsiz hale gelebilmesine ve özellikle günümüzde bilgi teknolojilerinin kullanılmasından ötürü öğretime entegre edilen teknolojinin başarısız olmasına neden olabileceğini göz ardı etmemek gereklidir. Eğitim öğretim sürecinde önemli kullanım alanına sahip özellikle matematik öğretiminde ayrı bir öneme sahip bilgisayar destekli uygulamaların etkili ve başarılı olmasının öğretmen tutum ve öz yeterlilik algısına bağlıdır (Kutluca ve Ekici, 2010). Ayrıca öğretmenlerin ve öğretmen adaylarının bu süreç içerisinde nasıl ve ne derece eğitim aldığı önem kazanmaktadır.

Ülkemizde 2010 yılında başlatılan FATİH projesi kapsamında neredeyse her okulda projenin önemli bileşenlerinden biri; klasik yazı tahtalarının elektronik ortamlara dönüştürülmesiyle oluşturulan (Birişçi ve Çalık-Uzun, 2014), içerisinde her türlü bilgiyi barındıran dev bir tablet ekranını (Tataroğlu, 2009) andıran akıllı tahtalardır. Akıllı tahtalar öğretimde bilgisayar destekli öğretim uygulamaları sunma fırsat sunmaktadır. Öğrencilerin derse karşı ilgilerini artırır, öğrenme motivasyonunu artırır ve birçok açıdan öğrenmeye olumlu etki eder (Altınçelik, 2009). Bu nedenle öğretmenlerin süreç içerisinde söz konusu akıllı tahta teknolojisinin kullanımını bilmesi ve öğrenme ortamına entegre etmeye yönelik teknik ve pedagojik yeterliliklere sahip olması gereklidir (Türel, 2012).

İlgili literatürde akıllı tahta kullanımına ve ilişkili olarak çok sayıda (Kennell, Tanner, Jones ve Beauchamp, 2008; Altınçelik, 2009; Kayaduman, Sarıkaya ve Seferoğlu, 2011; Kırbağ-Zengin, Kırılmazkaya ve Keçeci, 2012; Akyüz, Pektaş, Kurnaz ve Memiş, 2014; Banoğlu, Madenoğlu, Uysal ve Dede, 2014; Balkaş ve Barış, 2015; Korucu, Usta ve Toraman, 2016) çalışma yer alsada ülke-

mizde matematik derslerinde matematik öğretiminde akıllı tahta kullanımıyla ilgili olarak; yükseköğretim kurumlarındaki öğretim programına yönelik başarı, tutum ve motivasyona etkisi (Akçayır, 2011), ortaöğretim programına yönelik akıllı tahta kullanımının öğretmen ve öğrencilere yansımaları (Başbüyük vd., 2014; Birişçi ve Çalık-Uzun, 2014) ve öğrencilerin akademik başarı, derse karşı tutum ve öz yeterlilik düzeylerine etkileri (Tataroğlu, 2009; Kaya, 2013; Gündüz ve Çelik, 2015), ilköğretim ve ortaokul öğretim programına yönelik matematik öğretmenlerinin öğretim ortamında teknolojiyi entegre etmesinde sahip oldukları yeterlilikler (Demir ve Bozkurt, 2011) ve akıllı tahta kullanımının matematik başarısına etkisi (Ekici, 2008) gibi çalışmalar bulunmaktadır. İlköğretim ve ortaokul matematik programına yönelik sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Akıllı tahta kullanımında öğretmenlerin öğretim sürecinde karşılaştıkları problemlerin nedenleri ve akıllı tahta kullanımıyla ilgili öğretmen görüşlerinin araştırılması uygulamaya konan projelerin aksaklıklarının ve oluşabilecek olası problemlerin önüne geçmek adına önemlidir. Ayrıca akıllı tahtanın ortaokullarda yeni kullanılmasından dolayı akıllı tahtanın kullanımına yönelik bu araştırma matematik derslerinde teknolojinin kullanımının öngörüldüğü öğretim programlarının gelişimine katkı sağlamak açısından önemli görülmektedir. Bu çalışmanın amacı matematik öğretiminde akıllı tahtaların kullanımında karşılaşılan zorlukların nedenlerini belirlemektir.

## YÖNTEM

### Araştırma Modeli

Bu çalışmada var olan bir durumun tespitini sağlamak ve derinlemesine incelemelerde bulunularak konuyla ilgili ayrıntılı sonuçlar ve bu sonuçların nedenlerini irdelemek amacıyla nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Bu çalışmada öğretmenlerin deneyim ve görüşlerinden duruma yönelik anlamlandırılmalar çıkarılmaya çalışılmıştır.

### Çalışma Grubu

Araştırma, Güneydoğu Anadolu Bölgesinde bir ilin merkez ortaokulunda görev yapan sekiz matematik öğretmeniyle gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamına alınan örneklem amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Öğretmenler okullarında akıllı tahta olması kriterine göre seçilmişlerdir. Öğretmenler çalışmaya gönüllü olarak katıldıklarını beyan etmişlerdir. Çalışma grubundaki öğretmenlerin kimliklerini gizli tutmak amacıyla matematik öğretmenleri  $M_1, M_2, M_3, \dots$  şeklinde kodlanmıştır. Tablo 1’de çalışma grubuna ilişkin bilgiler verilmiştir.

**Tablo 1:** Çalışma Grubuna Yönelik Bilgiler

Öğretmen	Cinsiyet	Kıdem	Öğrenim Düzeyi
$M_1$ ,	Bayan	15	Lisans
$M_2$ ,	Bay	15	Lisans
$M_3$ ,	Bayan	6	Lisans
$M_4$ ,	Bay	35	Lisans
$M_5$ ,	Bay	10	Lisans
$M_6$ ,	Bayan	12	Lisans
$M_7$ ,	Bay	5	Lisans
$M_8$ ,	Bay	3	Lisans

### Çalışma Grubunun Matematik Öğretiminde Akıllı Tahta kullanımındaki Süreci

Bu bölümde çalışma grubunda yer alan öğretmenlerin matematik derslerinde akıllı tahta ile yaptıkları etkinlikler Tablo 2' de frekansları ile birlikte verilmiştir.

**Tablo 2:** Akıllı Tahta İle Yapılan Etkinlikler

KOD	ÖĞRETMEN	f
Ders kitabındaki etkinlikler	$M_1$	1
Önceden hazırlanan dokümanları inceleme	$M_1$	1
Konuya yönelik video izleme	$M_1, M_2, M_8$	3
Soru çözme	$M_1, M_2, M_3, M_4, M_5, M_6, M_7, M_8$	8
Ölçme ve değerlendirme	$M_4$	1
Modelleme yapma	$M_2, M_7, M_8$	3
Araştırma yapma	$M_7$	1

Tablo 2 ve öğretmen görüşleri incelendiğinde öğretmenlerin tamamı (8) soru çözme etkinliği yaptıkları, ders kitabındaki etkinlikler (1), önceden hazırlanan dokümanları inceleme (1), konuya yönelik video izleme (3), ölçme ve değerlendirme yapma (1), modelleme yapma (3) ve araştırma yapma (1) daha az yapılan diğer etkinliklerdir. Öğretmenlerin akıllı tahtayı kullanarak daha çok soru çözümünde kullanmaları akıllı tahtanın kullanım amacına hizmet ettiği söylenebilir.

### Verilerin Toplanması

Araştırmanın verileri, yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak toplanmıştır. Görüşme soruları ilgili literatür tarandıktan sonra soru havuzu oluşturulmuştur. Soruların istenen amaca yönelik ölçmeyi sağladığını teyit etmek amacıyla üniversitede görevli 2 alan eğitimi ve 2 bilgi teknolojileri uzmanlarının görüşleri alındıktan sonra nihai sorular araştırmacılar tarafından

oluşturulmuştur. Ayrıca veri toplama aracının güvenilirliği açısından iki öğretmen ile ön görüşmeler yapılarak soruların anlaşılabilirliği kontrol edildikten sonra son düzenlemeler araştırmacılar tarafından gerçekleştirilmiştir. Var olan bir durum ortaya konulurken elde edilecek ayrıntılı sonuçların nedenlerini irdelemek amacıyla araştırmacılara daha esnek hareket imkânı sağlamak amacıyla yarı yapılandırılmış mülakat tekniği uygulanmıştır. Görüşmeler doğal ortamda öğretmenlerin çalıştıkları okullarda gerçekleşmiştir. Her bir görüşme yaklaşık olarak 15 dakika sürmüştür. Yapılan görüşmelerde;

1. *Matematik öğretiminde akıllı tahta kullanımında karşılaşılan pedagojik sorunların, nedenleri sizce nelerdir?*
2. *Akıllı tahtanın matematik öğretiminde kullanılmasının olumlu ve olumsuz yönleri nelerdir?*
3. *Akıllı tahtanın matematik öğretiminde kullanımıyla ilgili matematik öğretmenleri yeterli bilgi ve donanıma sahipler midir? Nedenleri nelerdir?*
4. *Akıllı tahta ile ilgili daha önce kurs, seminer vb. gibi etkinlikler yeterli bulunmakta mıdır? Gereksinimleri nelerdir?*

soruları kullanılmıştır.

## Verilerin Analizi

Verilerin çözümlenmesi amacıyla ses kayıt cihazıyla kaydedilen öğretmen görüşleri araştırmacılar tarafından yazılı hale getirme işlemi yapılmıştır. Görüşme verileri yazılı hale dönüştürülmesi sürecinde verilerin birebir aktarılmasına dikkat edilmiştir. Ayrıca güvenilirlik ve geçerlilik açısından bağımsız bir araştırmacı tarafından ses kayıtları dinlenmiş ve elektronik ortama aktarımının doğruluğu kontrol edilmiştir. Elde edilen veriler nitel bir yaklaşımla betimsel analize tabi tutulmuştur. Ayrıca veriler temalara ayrılarak kodlar oluşturularak frekans tablosu da verilmiştir. Bunun yanında öğretmen görüşlerinden doğrudan alıntılarda yer verilmiştir. Temalar ve kodlar oluşturulurken her iki araştırmacı tarafından veriler ayrı ayrı analiz edilmiştir. Ayrıca oluşturulan kod ve temalar verilerin güvenilirliği için gerekli uzmanlığa sahip bir uzman görüşü alınmıştır. Araştırmacıların ve uzmanın yanıtları karşılaştırılarak Miles ve Huberman (1994) tarafından ortaya atılan görüş birliğine yönelik hesaplamayla verilerin güvenilirliği % 74 olarak hesaplanmıştır.

## ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLARI

Çalışmada elde edilen bulgular altı kategori halinde sunulmaktadır. Bunlar “Akıllı tahta kullanımının dezavantajları”, “Akıllı tahta kullanımında yaşanan pedagojik sorunların sebepleri”, “Akıllı tahtanın öğrenmeye etkileri”, “Ma-



tematik öğretiminde akıllı tahta kullanımının gerekliliği ve öğretmen yeterliliği” ve “Matematik öğretmenlerinin akıllı tahta kullanımıyla ilgili aldıkları hizmet içi eğitimler” şeklinde sıralanmıştır.

### Akıllı Tahta Kullanımının Dezavantajları

Akıllı tahta kullanımının dezavantajları “Sınıf yönetiminin aksaması ve sınıf mevcudunun kalabalık olması”, “Dikkat dağınıklığı ve motivasyon düşüşü”, “Öğretmen-öğrenci ilişkisinin zayıflaması”, “not tutmama”, “Sanal ve gerçek ortam arasında farklılığın oluşması”, “Kılavuz kitap eksikliği”, “Soyut düşünmenin zayıflaması” ve “fiziksel rahatsızlık ve engeller” şeklinde kodlanmış ve öğretmenler bunlara yönelik görüş beyan etmişlerdir.

**Tablo 3:** Akıllı Tahta Kullanımının Dezavantajları

KOD	ÖĞRETMEN	f
Sınıf yönetiminin aksaması ve sınıf mevcudunun kalabalık olması	$M_1, M_2, M_3, M_4, M_7, M_8$	6
Dikkat dağınıklığı ve motivasyon düşüşü	$M_1$	1
Öğretmen-öğrenci ilişkisinin zayıflaması	$M_2$	1
Not tutmama	$M_1, M_2, M_8$	3
Sanal ve gerçek ortam arasında farklılığın oluşması	$M_3$	1
Kılavuz kitap eksikliği	$M_2$	1
Soyut düşünmenin zayıflaması	$M_5, M_8$	2
Fiziksel rahatsızlık ve engeller	$M_3, M_6, M_7$	3

Tablo 3 incelendiğinde ortaokul matematik öğretmenleri en çok s Sınıf yönetiminin aksaması ve sınıf mevcudunun kalabalık olması (6) yönelik akıllı tahta kullanımında dezavantajları olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca not tutmama (3), fiziksel rahatsızlık ve engeller (3) ve Soyut düşünmenin zayıflaması (2) ile ilgili akıllı tahta kullanımının dezavantajları vardır. Aşağıda bu kategori ile ilgili bazı öğretmenlerin söylemlerinden doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

$M_1$ : “... Sınıf yönetimi akademik başarısı daha düşük olan sınıflarda biraz daha zor oluyor... Öğrenci fikir beyan etmede ondan sonra kendisi hani birebir soru çözmeye bu motivasyonu biraz daha düşüyor. Şimdi mesela herkes birer tane soru çözüyor. Tık tık sayıyor bana bu soru geliyor diyor onun ötesini dinlemiyor. Karışık yapmaya çalışıyor-sun muhakkak o konsantrasyonunu sağlayamıyorsun...”

$M_2$ : “... Sadece soru çözmeye kaldık. Millî Eğitimde gönderdiği başka bir şey yok. Bize matematik dersini akıllı tahtada konu anlatırken nasıl işlememiz gerektiğini anlatan kılavuz kitap falanda yok... Derse katılımı sağlarken de işte biraz sınıf kontrolünü kaybettik aslında. Sınıfta daha çok curcuna çıktı. Biz tahtayı hazırlarken soru sorarken

*başka bir şey yaparken işte onlar biraz daha çok konuşmaya başladılar... Akıllı tahta ile birlikte öğretmen- öğrenci ilişkisi aslında daha çok yavaşladı... Öğrenci artık kâğıt kalem defter kullanmıyor. Onların hazır kitapları var çünkü da bizim için çok sıkıntı yani. Bir öğrenci kalem kâğıt kullanmıyorsa aklının %10'u bizdedir ama diğer kısmı bizde değil..."*

*M<sub>7</sub> : "...Bizim sınıflarımızın mevcudu kırk kişi olduğu için özellikle etkinliklerde veya EBA'yı örnek vereyim EBA'daki etkinlikleri yaparken kırk kişiye uygulamak biraz zor oluyor. Sınıf mevcudumuz kalabalık olduğu için sıkıntı yaşıyoruz... Ben Akıllı tahtaya yakın olan öğrencilerin görme sıkıntısı yaşadığını arka sıradaki öğrencilerinde ses sıkıntısı yaşadığını gözlemledim..."*

*M<sub>8</sub> : "...Sınıf başarısı düşük sınıflarda sınıf yönetimini kontrol etmemiz zorlaşıyor. Ayrıca kalabalık sınıflarda da öyle. Öğrenci akıllı tahtadan ders dinlediği için yazı yazma not tutma alışkanlığını azaltıyor. Daha sonra dersi tekrar için olumsuz yönde etkiliyor. Ayrıca akıllı tahtada her türlü konuyu somutlaştırdığı için 5.sınıftan 8.sınıfa doğru yükseldikçe soyut düşünmesini olumsuz etkilediğini gördüm. Yani üst sınıfların bazı konularda akıllı tahta kullanılmasının daha doğru olacağı düşüncesindeyim ..."*

Öğretmenlerin matematik dersinde akıllı tahta kullanımına yönelik yaşadıkları deneyimlerden aktardıklarına göre kalabalık ve sınıf seviyesinin düşük olduğu sınıflarda akıllı tahta ile öğretimin yeterli şekilde uygulanmadığını, akıllı tahtanın sürekli şekilde derslerde kullanımında öğrencinin dikkatinin belli bir süre sonra dağıttığı buna bağlı motivasyonunda düşüşler görüldüğü ve öğrencilerin hazıra kaçarak not tutma alışkanlıklarında düşüş görüldüğü söylenebilir. Ayrıca akıllı tahta kullanımıyla birlikte öğretmen ile öğrenci arasındaki ilişkinin giderek zayıflattığı ve öğrencinin akıllı tahtada her şeyi somut şekilde algıladığı için soyut düşünmesini zorlaştırdığı ifade edilmektedir. Akıllı tahtanın öğrenmede sanal ortam sağladığı fakat öğrencinin gerçek ortama bunu yansıtamadığı da ifade edilmiştir. Akıllı tahtanın matematik öğretiminde kullanılmasında diğer bir dezavantaj olarak teknolojiye uygun öğretmen kılavuz kitaplarının yer almayışıdır. Ayrıca öğretmenler akıllı tahta kullanarak ders işlerken öğrencilerde görme, işitme gibi fiziksel rahatsızlık ve engeller oluşturduğunu beyan etmektedirler.

### **Akıllı Tahta Kullanımlarında Yaşanılan Pedagojik Sorunların Sebepleri**

Öğretmenlerin akıllı tahta kullanımında yaşamış oldukları sorunların sebeplerini tablo 3'te kodları ve frekansı verilmiştir.

**Tablo 4:** Akıllı Tahta Kullanımında Yaşanılan Pedagojik Sorunların Sebepleri

KOD	ÖĞRETMEN	f
Lisans eğitiminde akıllı tahtanın kullanılmayışı	M <sub>1</sub> , M <sub>2</sub>	3
Hizmet içi eğitim kurslarının süresi, niteliği ve içeriğinin yetersiz kalışı	M <sub>1</sub> , M <sub>2</sub> , M <sub>3</sub> , M <sub>8</sub>	4
Doküman yetersizliği	M <sub>2</sub> , M <sub>3</sub>	2
Bilişim teknolojileri ders içeriğinde yer almayışı	M <sub>2</sub>	1
Hizmet içi eğitim kurslarını veren uzmanın niteliği	M <sub>2</sub> , M <sub>3</sub> , M <sub>8</sub>	3
Öğretmenlerin teknolojik anlamda yetersizliği	M <sub>2</sub> , M <sub>8</sub>	2

Tablo 4 incelendiğinde öğretmenler akıllı tahta kullanımında yaşanan pedagojik sorunların nedenlerinin en çok “Hizmet içi eğitim kurslarının süresi, niteliği ve içeriği içeriğinin yetersiz kalışı” (4) en az ise “Bilişim teknolojileri ders içeriğinde yer almayışı” (1) olarak toplamda altı nedene bağlamaktadır. Aşağıda görüşme yapılan öğretmenlerden doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

M<sub>1</sub>: “...Lisans eğitiminde akıllı tahta ile ilgili bir eğitim almadım. Ben zaten 2002 mezunuyum. Bizim zamanımızda yoktu ama hani akıllı tahtalar okulumuza geldiğinde bize kurs verdiler o da yanlış değilsem üç gün falandı ama hani çok az sadece görsel olarak anlatıldı ...”

M<sub>2</sub>: “...Öğretmenler aslında çok yetiştirilmedi. Yani ben hala tahtayı bilgisayar kullanan biri olarak hatta bilgisayar mezunuyumda yinede bize çok bir şey gösterilmedi. Yani sadece kullandığımız bir antropiydi. Milli eğitimin bize gönderdiği matematikle ilgili bir şey yoktu. Kendi çabamızla yani seminerden de gördüğümüz bir şey yeterli değildi ama kendi çabalarımızla internet oradan buradan öğretmen arkadaşlarımızdan gördüğümüz kadarını uygulamaya çalıştık... Öğrencilerde zaten tahtayı kullanmayı bilmiyorlar... Onlarında gördüğü bir ders yok aslında bilgisayar derslerine de ben bakıyorum. Akıllı tahtayı kullanayım öğreneyim diye bir dersleri yok... Bir tek sadece işlem yaparken soru çözerken öğrenciyi kaldırıp işlemi yaptırıyorsunuz sadece. Yoksa güzel simülasyonlar vardı ben birkaç yerde gördüm onlar elimizde yok. Yani öğrencinin tahtayı geleyim kullanayım konuyu anlatayım etkinlik yapayım diye elimizde kaynak verimiz yok...”

M<sub>3</sub>: “... Genellikle akıllı tahta kullanımı seminerlerini verenler bilgisayar öğretmeni oluyor. Bilgisayar öğretmeni arkadaşlar matematikle içli dışlılar ama matematik öğretmeni kadar tanımıyor. Belki bu anlamda birazcık matematik öğretmenlerine nasıl kullanması gerektiğini hakkında farklı bir seminer olabilirdi. En azından matematik öğretmenlerine yönelik bir uzmandan olabilir...”

M<sub>5</sub>: “... Bazen sorunlarla karşılaşırız. Öğretmenler olarak her şeye hâkim değiliz akıllı tahta ile ilgili online bir eğitim aldık. Bilgisayar öğretmenimizde Sağ olsun o da yardım ediyor. Âmâ hepimize kavuşamaz seksen personelli bir okul burası. Birde

*şöyle bir şey Portallarda bazen istediğin şeyi bulamıyorsun. Oluşturmada biz teknoloji anlamında yetersiziz ..."*

*M<sub>6</sub>: "... Başlangıçta çok problem yaşadık ama her geçen gün konuya birazcık daha aşına olduğumuz için daha iyi kullanmaya çalışıyoruz şu an. İlk başta nasıl kullanacağımızı nasıl yazacağımızı neler yapmamız gerektiğini hiç bilmiyorduk. Ama bunları her geçen gün daha iyi yaşayarak yaparak öğrendik..."*

Öğretmenler matematik dersinde akıllı tahta kullanımı sırasında karşılaştıkları sorunların nedenlerini altı başlık altında belirtmişlerdir. Öğretmenler aldıkları lisans eğitimi sırasında akıllı tahtanın kullanılmamasından dolayı zorluklar çektiklerini ve teknolojik anlamda yetersiz kaldıklarını ifade etmektedirler. Öğretmenler hizmet içinde akıllı tahta kullanımına yönelik aldıkları kursların sadece yüzeysel olarak donanım ve tanıtıma yönelik olduğu bu nedenle kursların nitelik ve içerik bakımından yetersiz kalarak var olan veya sonradan oluşan sorunların oluşumunun ve devamının nedenleri olarak ifade etmişlerdir. Ayrıca hizmet içi eğitimleri veren kişinin bilişim teknolojileri uzmanı olduğundan matematik dersine yönelik herhangi sunum yapılmayışı da bu sorunların artmasını ve devam etmesinin sebepleri arasında girmektedir. FATİH projesi ile eğitim ve öğretime entegre edilen akıllı tahtaların matematik dersinde kullanılmasına yönelik dokümanların yetersizliği de öğretmenlerin problemlerle karşılaşmasının nedenleri arasındadır. Öğretmenlerin akıllı tahta kullanımlarına yönelik eğitimleri ne kadar çok önem arz ediyorsa öğrencilerin de bu konuda bilgi sahibi olmaları gereklidir. Öğretmenler karşılaştıkları problemlerin nedenleri arasında öğrencilerin okulda gördükleri bilişim teknolojisi dersinde bu konuya yönelik programda içeriğin olmaması olarak görmektedir.

### **Akıllı Tahtanın Öğrenmeye Etkileri**

Bu kategoride akıllı tahtanın öğrenme üzerindeki yansımaları açıklanacaktır. Yapılan görüşmelerden elde edilen veriler ışığında bu kategori "zaman tasarrufu", "Dikkat çekme, motivasyon ve öğrenmeye isteklilik", "Konunun anlaşılır kılınabilmesi", "Öğrencinin araştırmacı yönünün körelmesi", "not tutmama ve hazıra alışma", "Ders kalitesi", "Dersin amacı dışında kullanımı", "Dinleme alışkanlığının azalması", "Somuttan soyutta geçişte zorlanma" ve "dönüt verme" şeklinde kodlanmıştır.

**Tablo 5: Akıllı Tahtanın Öğrenmeye Etkisi**

KOD	ÖĞRETMEN	f
Zaman tasarrufu sağlama	M <sub>1</sub> , M <sub>2</sub> , M <sub>4</sub> , M <sub>7</sub> , M <sub>8</sub>	5
Dikkat çekme, motivasyon ve öğrenmeye isteklilik	M <sub>1</sub> , M <sub>2</sub> , M <sub>4</sub> , M <sub>8</sub>	4
Konunun anlaşılır kılınabilmesi	M <sub>1</sub>	1
*Öğrencinin araştırmacı yönünün körelmesi	M <sub>1</sub>	1
*Not tutmama ve hazıra alışma	M <sub>1</sub> , M <sub>2</sub> , M <sub>8</sub>	3
Ders kalitesi	M <sub>2</sub> , M <sub>8</sub>	2
*Dersin amacı dışında kullanımı	M <sub>2</sub>	1
*Dinleme alışkanlığının azalması	M <sub>4</sub>	1
*Somuttan soyutta geçişte zorlanma	M <sub>1</sub> , M <sub>2</sub> , M <sub>3</sub> , M <sub>5</sub> , M <sub>7</sub> , M <sub>8</sub>	6
Dönüt verme	M <sub>7</sub>	1

\*Akıllı tahtanın öğrenmeye olumsuz etkisi olan kodlar

Tablo 5 incelendiğinde öğretmenler öğrenmeye etki olarak en çok “Somuttan soyutta geçişte zorlanma” (6), “zaman tasarrufu” (5) ve “Dikkat çekme, motivasyon ve öğrenmeye isteklilik” (4) kodlarına yönelik görüş beyan etmişlerdir. En az ise “Konunun anlaşılır kılınabilmesi” (1), “Öğrencinin araştırmacı yönünün körelmesi” (1), “ders amacı” (1), “Dinleme alışkanlığının azalması” (1) ve “dönüt verme” (1) kodlarına yönelik görüş belirtmişlerdir. Aşağıda bu kategoriye giren öğretmen görüşlerinden doğrudan alıntılar verilmiştir.

M<sub>1</sub>: “... Öğrencinin önüne ön hazırlık yapıp çıkardığımız için zaman kaybı olmadan bir de çocuklar günümüz şartlarında zaten birebir oyunlar ile en basit bilgisayar üzerinden oyunlar oynanıyor. Bu çocukların dikkatini çektiği için konuya biraz daha hâkim olabiliyorlar. Motivasyonu biraz daha sağlayabiliyorsun. Ama iş bununla ilgili bir etkinlik yapmaya geldiğinde bir fikir beyan edin dendiğinde burada sorun yaşıyorsun. Çünkü çocuk sadece gördüğünü alıyor. Onun dışına çıkamıyor. Araştırmacılık sanki biraz daha törpüleniyor...”

M<sub>2</sub>: “... İşte ders kalitesi arttı, sorular hazır direkt kalkıp oradan soru çözebilme fırsatını bulduk. Öğrencilerin dikkatini çektik yani kullanan biri için gerçekten çok kolaylık sağlıyor. Hazır soruyu oradan sadece grafiklerle çözümünü göstermek konuyu anlamlandırmak benimde hoşuma gitti. Fakat öğretim amaçlı değil soru çözmeye odaklandığı için büyük bir problem görüyorum...”

M<sub>4</sub>: “... Çocukların hepsi akıllı tahtadan yararlanmak için evde kendileri doküman hazırlayıp o dokümanları getirip okulda beraberce kullanmaya çözmeye çalışıyoruz... Akıllı tahta öğrencileri belli bir aşamadan sonra dinlenme alışkanlıklarını olumsuz etkileyebilir...”

M<sub>5</sub>: “... Soyut düşünmeye olumlu etkisi olduğunu düşünmüyorum şahsen. Yani modelleme güzel bir şey ama her şeyin modellenmesinin çocuğun soyut düşünmesine olumsuz etkisi olduğunu düşünüyorum. Çünkü her şeyi akıllı tahtada öğrenci görebiliyor bir anlamda somutlaştırıyoruz. Yani 5 ve 6 için iyi 6’dan 7 ve 8’e geçerken

yani diyorum ya somuttan soyuta geçerken yani soyutlaştırmak o çok ince bir çizgi. O yüzden 7 ve 8 de olabildiğince çocuğun biraz daha kendi zihinsel sürecine bırakmak daha iyi gibime geliyor...”

$M_6$ :“... Sınıfta merak ettiğimiz herhangi bir durum olduğunda internete bağlanıp anında öğrencilere dönüt verebiliyoruz...”

Akıllı tahta kullanımı öğretmene zamandan tasarruf sağlayarak öğrencide nitelikli öğrenmeler gerçekleşmesini sağladıkları düşüncelerindedir. Öğrenme ve öğretme sürecinin temel başlangıç elemanları olan dikkat çekme, ilgi ve motivasyonun sağlanması öğrencinin verilecek kavramları öğrenme isteğini artırır. Akıllı tahta kullanımıyla matematik dersinde öğretmenler öğrencilerde bunların olumlu yönde arttığını gözlemlemişlerdir. Ayrıca matematik öğretiminde akıllı tahta yardımıyla konunun anlaşılır kılındığı, gerektiğinde akıllı tahtayla dönütler verildiği ve öğrencilerin somutlaştırma ile öğrenmelerini anlamlı gerçekleştirdiklerini beyan etmişlerdir. Bu etmenler ders kalitesini artıracağından öğrenmeye olumlu yansımalar olacaktır. Fakat  $M_5$  ve  $M_8$  öğretmeni akıllı tahta ile konuların sürekli somutlaştırmanın öğrencinin matematik dersinde ileriki sınıf seviyelerinde soyut düşünerek öğrenmesini olumsuz etkileyeceği düşüncesindedir. Matematik dersinin akıllı tahta ile işlenmesi öğrencinin not tutmamasına ve hazıra kaçacağına, akıllı tahtadan her şeyi hazır göreceği için araştırmacı yönü körelerek öğrenmelerin kalıcı şekilde gerçekleşmeyeceği de gelen görüşler arasındadır. Ayrıca bazı matematik öğretmenlerinin derslerinde öğretim odaklı değil de soru çözme odaklı olarak davranmaları kavramların anlamlı şekilde öğrenci tarafından öğrenilmesine olumsuz yansiyacaktır.

## Matematik Öğretiminde Akıllı Tahta Kullanımının Gerekliliği ve Öğretmen Yeterliliği

Tablo 6’da matematik öğretiminde akıllı tahta kullanımının öğretmenler tarafından gerekliğini gösteren nedenler gösterilmiştir.

**Tablo 6:** Matematik Öğretiminde Akıllı Tahta Kullanımının Gerekliliği

KOD	ÖĞRETMEN	f
Öğretmeni destekleme	$M_1, M_3, M_8$	3
Dikkat ve ilgi çekme	$M_2, M_7$	2
Doğru ve etkili kullanılması	$M_1, M_3, M_6, M_8$	5
Öğrenci başarı seviyesi	$M_4$	1
Çağa ayak uydurma	$M_2, M_4$	2



Tablo 6 ve öğretmen görüşleri göz önüne alındığında öğretmenler akıllı tahtanın matematik öğretiminde doğru şekilde kullanımının (5) sağlanması durumunda kullanımının gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Ayrıca çağa ayak uydurma (2), dersin başlangıç kısmında öğrenci dikkatini derse çekme (2) ve öğretmeni öğretimde desteklemesi (3) açısından kullanılmasının gerekli olduğu vurgulanmıştır. Ancak  $M_4$  öğretmeni başarı seviyesi düşük sınıflarda öğrencilerin anlama ve anlamlandırma kapasitesinin düşmesinden dolayı bu tür sınıflarda kullanımının gerekli olmadığı eski haliyle ders işlenmesi gerektiği yönünde fikir beyan etmiştir.

Öğretmenlerin kendilerini matematik öğretiminde akıllı tahta kullanımına yönelik yeterlilikleri nasıl değerlendirdiğine yönelik bilgiler Tablo 7'de verilmiştir.

**Tablo 7:** Matematik Öğretiminde Akıllı Tahta Kullanımına Yönelik Yeterlilik Algıları

KOD	ÖĞRETMEN	f
Öz Yeterlilik Algıları	$M_1, M_3, M_5, M_6, M_7, M_8$	6
Derste Kullanım Şekli	$M_3$	1
Lisans ve Hizmet içi Eğitim	$M_2, M_5, M_7, M_8$	4

Matematik dersinde akıllı tahta kullanımına yönelik öğretmenlerin yeterliliğine bakıldığında öğretmenler kendilerini bu konuda yeterli görmedikleri ve bu yetersizliklerin lisans döneminde akıllı tahtanın kullanılmamasına bağlamaktadırlar. Ayrıca hizmet içi eğitimlerle de bu eksikliklerinin tam anlamıyla giderilmediği de öğretmen beyanlarından görülmektedir.

Aşağıda matematik öğretiminde akıllı tahta kullanımının gerekliliği ve öğretmen yeterliliklerine yönelik doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

$M_1$ : "... Matematik öğretiminde akıllı tahta kullanımı gereksiz değil ama olmasa da olur. Yani doğru zamanda doğru şekilde kullanılırsa evet seni destekler ve ondan sonra senin eksikliklerini tamamlayabilir. Ancak dediğim gibi kullanım şekli çok önemli ... Akıllı tahtanın matematik öğretiminde kullanılmasına yönelik matematik öğretmenlerin yeterli bilgi ve donanımına sahip olduklarını düşünmüyorum. Mesela birçok arkadaşımız bilmediği için doğru dürüst kullanamıyor hala öğrenciler açıp kapatıyor. Ondan sonra araçları karıştırarak deneyerek bilgisayardan bildiğimiz kadarıyla uygulamaya çalışıyoruz."

$M_2$ : "... Bence %100 kullanılması gerekli. Zaman bilişim çağı öğrencilerinde öğretmenin öğrenmesi gerekiyor. Amaç matematiği sevdirmekse öğrenciler tahtayı bilgisayarı seven öğrenciler..."



M<sub>3</sub>: "... Akıllı tahta olmadan öncede matematik anlatılıyordu(Gülüşmeler). Olamazsa olmaz demeyelim. Ama artısı var açıkçası. Yani her zaman için daha iyisi de vardır. Bu sadece bizim yardımcı bir materyalimiz. Amaç olmamalı araç olmalı ... Öğretmenlerin akıllı tahta kullanımı konusunda yeterli bilgisi olduğunu düşünmüyorum. Genellikle herkesin kara tahta olarak kullandığını konu anlatımında kitaplardan soru çözdüğünü biliyorum. Çünkü bilgi seviyemiz az bu konularla ilgili..."

M<sub>4</sub>: "... Yüzde elli gerekli yüzde elli gerekli değildir. Muhakkak ki çağa ayak uydurmak için kullanılması gerekir. Ama bunun yanında dediğim gibi öğretim seviyesi düşük olan yerlerde bunun faydasının olacağına inanmıyorum. Öğrenci seviyesi git gide düşmektedir. Öğretmenlerin çoğu bil hassa matematik öğretmeni fazla kullanmaktadırlar. Çünkü eğitim seviyesinin düşük olması klasik öğretimi gerçekleştirmek zorundayız..."

M<sub>5</sub>: "... Yeterli bilgi ve donanuma Sahip değiliz. Çünkü Üniversitede öyle bir eğitim almadık. Online bir eğitim aldık.

M<sub>6</sub>: "... Süreden kazanç için akıllı tahtanın matematik öğretiminde kullanılması gereklidir. Onun dışında çokta faydası olmuyor. Öğretmenlerin yeterli bilgi ve donanuma sahip olduklarını çok düşünmüyorum. Çünkü çoğunlukla herkes standart olan şeyler yapıyor. Soruları yüklüyor soruları tahtada yansıtır o şekilde çözüyor.

M<sub>7</sub>: "... Bence kesinlikle gereklidir. Yani matematik öğretiminde bir kere süreden kazanç sağlamak için en basitinden ve öğrencilerin zaten matematik dersi çok soyut bir ders olduğu için sıkıcı olduğunu düşünüyorlar. Bu soyutluktan birazcık kurtarmak için akıllı tahta bence kesinlikle kullanılmalıdır... Hayır düşünmüyorum ben yeni bir öğretmenim ben beş yıllık bir öğretmenim. Akıllı tahtayı biz şu iki yıldır biz kullanıyoruz. Ben beş yıllık öğretmenlik mesleğinde ne böyle bir eğitim aldım ne de üniversitede ne de daha öncesinde. Üç yıldır bizim ortaokul sisteminde olduğu için bizim aldığımız bir seminer bu konuyla ilgili bir iki saatlikti daha seminer aldıktan sonra bir iki yıl sonra akıllı tahta okulumuza geldiği için biz ne gerekiyorsa akıllı tahta da biz sadece kendi cabamızla bir şeyler yapmaya çalıştık..."

M<sub>8</sub>: "...Yani kendi adıma ben değilim. Doğru dürüst bir eğitim almadık. Matematikte nasıl kullanacağız konuyu nasıl anlatacağız bilmiyoruz. Biz daha önce ne yapıyorsak akıllı tahta yardımıyla yapmaya çalışıyoruz aslında. İşte deneme yanılma yöntemiyle kullanmaya çalışıyoruz. Çok etkili kullanıldığını düşünmüyorum. Yapabildiğimiz bizim soru çözmek oldu aslında yani..."

## Matematik Öğretmenlerinin Akıllı Tahta Kullanımıyla İlgili Aldıkları Hizmet İçi Eğitimler

Bu kategoriye yönelik bulgular “Kursların zamanlaması”, “Kurs süresinin yetersizliği”, “Kursu veren uzman” ve “Kursun içeriği” şeklinde kodlanmıştır. Bu kodlar öğretmenlerin akıllı tahta kullanımına yönelik aldıkları eğitimlerin yetersizliğine yöneliktir. Görüşülen bütün öğretmenler akıllı tahta kullanımına yönelik en az bir hizmet içi eğitime katılmıştır. Tablo 8’de bu yetersizliklere yönelik kodların frekansları verilmiştir.

**Tablo 8:** Akıllı Tahta Kullanımına Yönelik Hizmet İçi Eğitimlerin Yetersizliğinin Nedenleri

KOD	ÖĞRETMEN	f
Eğitimlerin zamanlaması	$M_1, M_8$	2
Eğitim süresinin yetersizliği	$M_1, M_2, M_5, M_6, M_8$	5
Eğitimi veren uzmanın niteliği	$M_2, M_3, M_4, M_5, M_6, M_7, M_8$	7
Eğitimin içeriği ve şeklinin yetersizliği	$M_2, M_4, M_5, M_6, M_7, M_8$	6

Tablo 8 ve öğretmen görüşleri incelendiğinde öğretmenlerin akıllı tahta kullanımına yönelik hizmet içi eğitimlerin yetersizlik nedenlerinde hem fikir oldukları görülmektedir. Eğitim içeriklerinin uygulamaya yönelik olmaması, öğretim açısından derste kullanımına yönelik olmaması ve alınan hizmet içi eğitimlerin yeterli sürelerde gerçekleşmediği kanısı oluşmuştur. Ayrıca en çok öğretmenler hizmet içi eğitimi veren uzmanın niteliğine de dikkat çekmektedir. Akıllı tahta kullanımına yönelik verilen eğitimlerde bilişim teknolojileri uzmanlarının tanıtım şeklinde yüzeysel bilgi vermesi akıllı tahta kullanımına yönelik eğitimlerin niteliğini düşürmüştür. Öğretmenler matematik dersinde akıllı tahta kullanımına yönelik matematik uzmanlarının verilmesinin daha faydalı olacağı kanaatinde dirler.

Aşağıda bu kategoriye yönelik öğretmenlerin görüşlerinden bazı doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

$M_1$ : “... Bir kurs verdiler sertifikalı (MEB) ama hiçbir şey anlamadım ben kendi adıma. Çünkü okul çıkışları gittik. Yeterli değildi. Sadece bu akıllı tahtalar var. Bu kursuda almak zorundasınız şeklinde oldu. Okul çıkışında gittik bir iki saat. Hani kimisi geç saate bilirsiniz çocuk ev falan derken sürekli ona motive olmadıkta hani ne zaman bitse de gitsek şeklinde oldu...”

$M_2$ : “... Milli eğitimin bize verdiği bir haftalık kurs vardı ona katıldık. Başkada milli eğitim bize bir kurs açmadı. Özel bir kursta açılmadı. Sadece okulda bilgisayar öğretmeni tarafından kurs verildi açıldı da ne oldu sadece bilgisayar kullanmayı öğrettiler yani Bilgisayar kullanmayı öğretir gibi akıllı tahtayı öğrettiler. İsterdim ki matematik

öğretmeni gelsin bize matematik kısmını öğretsin yani. Nasıl sunum yapılır hangi konuda ne gösterilir ben biliyorum şahsen...”

M<sub>3</sub>: “... Milli eğitimin daha önceden düzenlediği seminerlere katıldık. Ama yeterli midir dersiniz hani bu en azından yani farklı tarz programları anlatım açısından yeterli değildi. Genellikle seminerleri verenler bilgisayar öğretmeni oluyor. Bilgisayar öğretmeni arkadaşlar matematikle içli dışlılar ama matematik öğretmeni kadar tanımıyor. Belki bu anlamda birazcık matematik öğretmenlerine nasıl kullanması gerektiğini hakkında farklı bir seminer olabilirdi. En azından matematik öğretmenlerine yönelik bir uzmandan olabilir...”

M<sub>6</sub>: “... Okulumuzda akıllı tahta ile ilgili bilişim öğretmenimiz Fatih Projesi adı altında bize bir sunum yapmıştı. Ama bu sunum hem öğretmen sayısının fazlalığından hem de sürenin kısıtlı oluşundan faydalı olduğunu söyleyemem. Hani çok yeterli bir sunum değildi. Ama şu var bu sunumu yapması gereken özellikle matematik yazılımı ile ilgili bir profesyonel yardım alırsak o işimize yarar yoksa bilişim öğretmeni sunumunu güzel şekilde yaptı açma kapatma nasıl kullanacağımızı gösterdi. Fakat matematikle ilgili ekstra bir şey görmedik...”

M<sub>7</sub>: “...Bu akıllı tahtalar takılmadan önce bir iki yıl önce bir okulda iki üç saatlik bir eğitim gördük. Daha farklı seminerler kesinlikle verilmeli daha aktif nasıl kullanılabilir konusunda eğitimler ve seminerler verilmelidir. Ben kendimi çok yeterli hissetmiyorum bu kursları da yetersiz görüyorum. Zaten seminerler akıllı tahtanın genel kullanımıyla ilgiliydi nasıl açılır nasıl kullanılır matematik dersinde kullanımıyla ilgili değildi. Bize semineri veren bilgisayar öğretmeni idi o kendi tarzında bilgisayar şekliyle anlattı o da pek fayda sağladı diyemem. Matematik dersiyle ilgili uzman bir kişi bize eğitim verseydi daha yararlı olurdu diye düşünüyorum...”

## SONUÇ VE ÖNERİLER

İlköğretim ve ortaokul matematik programına yönelik sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Akıllı tahta kullanımında öğretmenlerin öğretim sürecinde karşılaştıkları problemlerin nedenleri ve akıllı tahta kullanımıyla ilgili öğretmen görüşlerinin araştırılması uygulamaya konan projelerin aksaklıklarının ve oluşabilecek olası problemlerin önüne geçmek adına önemlidir. Ayrıca akıllı tahtanın ortaokullarda yeni kullanılmasından dolayı akıllı tahtanın kullanımına yönelik bu araştırma matematik derslerinde teknolojinin kullanımının öngörüldüğü öğretim programlarının gelişimine katkı sağlamak açısından önemli görülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacına yönelik “ Akıllı tahta kullanımının dezavantajları”, “ Akıllı tahta kullanımında yaşanan pedagojik sorunların sebepleri”, “ Akıllı tahtanın öğrenmeye etkileri”, “ Matematik öğretiminde akıllı tahta kullanımının gerekliliği ve öğretmen yeterliliği” ve “ Matematik öğretmenlerinin akıllı tahta kullanımıyla ilgili aldıkları hizmet içi eğitimler” kategorilerine yönelik çarpıcı sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Akıllı tahtanın kullanımının dezavantajlarına yönelik bulgulara bakıldığında akıllı tahta kullanımının kalabalık ve başarı seviyesinin düşük olduğu sınıflarda aksaklıklar yaşandığı belirlenmiştir. Bu sonuca paralel olarak Erduran ve Tataroğlu (2009) çalışmalarında derste akıllı tahta kullanıldığında dersin hızlı işlendiği için düşük seviyedeki öğrencileri olumsuz etkilediği ve kalabalık sınıflarda sınıf kontrolünün sağlanmasında zorluklar çekildiğini belirtmişlerdir. Ayrıca akıllı tahtanın matematik derslerinde sürekli kullanılmasının öğrenci üzerinde olumsuz etkileri olduğu derse motivasyonunu düşürdüğü tespit edilmiştir. Bu sonucu destekleyen araştırma (Türel, 2012) olsa da genellikle akıllı tahta kullanımı matematik derslerinde motivasyonu artırdığı kabul edilmektedir (Morgan, 2008; Yanez ve Coyle, 2011; Başbüyük vd., 2014). Akıllı tahta kullanımının matematik derslerinde kullanımı öğrencinin soyut düşünmesini olumsuz şekilde etkileyen bir başka dezavantajdır. Ayrıca akıllı tahtanın öğrencilere öğrenmelerinde sanal ortam yarattığı fakat gerçek ortamda bu öğrenmeleri yansıtamadıklarına da öğretmenlerin görüşlerinden tespit edilmiştir. Matematik dersinde akıllı tahta kullanımı öğretmen -öğrenci ilişkisine olumsuz etkilemesi, matematik dersinde akıllı tahta kullanımına yönelik kılavuz kitabın yer almayışı ve fiziksel açıdan rahatsızlık ve engeller yaratması diğer dezavantajlar olarak belirlenmiştir.

Akıllı tahta kullanımında yaşanan pedagojik sorunların sebeplerini altı başlık altında belirtmişlerdir. Öğretmenler aldıkları lisans eğitimi sırasında akıllı tahtanın kullanılmamasından dolayı zorluklar çektikleri ve teknolojik anlamda yetersiz kaldıkları belirlenmiştir. Literatürde bu sonuca paralellik gösteren çalışmaların (İşman, 2002; Smith, Higgins, Wall ve Miller, 2005; Elaziz, 2008; Somyürek, Atasoy ve Özdemir, 2009; Coyle, Yanez ve Verdu, 2010) olduğu ve bunun öğretimde öğretmenlere sorunlar yarattığı düşünülmektedir. Ayrıca çalışmamızda hizmet içinde akıllı tahta kullanımına yönelik alınan kursların sadece donanım ve tanıtıma yönelik olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle kursların nitelik ve içerik bakımından yetersiz kalarak var olan veya sonradan oluşan sorunların oluşumunun ve devamının nedenleri olarak düşünülmektedir. Bir başka husus da hizmet içi eğitimleri veren kişinin bilişim teknolojileri uzmanı olması ve matematik dersine yönelik herhangi sunum yapılmayışı bu sorunların artmasını ve devam etmesinin sebepleri arasında olduğu belirlenmiştir. FATİH projesi ile eğitim ve öğretime entegre edilen akıllı tahtaların matematik dersinde kullanılmasına yönelik dokümanların yetersizliği de öğretmenlerin deneyimlerinden yola çıkarak problemlerle karşılaşmasının nedenleri arasında gördüklerini ifade etmişlerdir. Öğretmenlerin akıllı tahta kullanımlarına yönelik eğitimleri ne kadar çok önem arz ediyorsa öğrencilerin de bu konuda bilgi sahibi olmaları gereklidir. Öğretmenler karşılaştıkları problemlerin nedenleri arasında öğrencilerin okulda gördükleri bilişim teknolojisi dersinde bu

konuya yönelik programda içeriğin olmaması olarak ta görmekteyiz. Öğretmenlerin akıllı tahtaları kullanımlarıyla ilgili yetersizlikler yaşadığını (İşman, 2002; Smith vd., 2005; Elaziz, 2008; Somyürek vd., 2009; Coyle, Yanez ve Verdu, 2010; Kayak ve Kır, 2015), konusu geçen alana yönelik hizmet içi eğitimlerin nitelik ve içerik bakımından zayıf kaldığını (Çelik ve Bindak, 2005; Altınçelik, 2009; Akçayır, 2011; Şanlı, Altun ve Tan, 2015) ve derslerde akıllı tahta kullanımında doküman yetersizliği yaşandığını (Erduran ve Tataroğlu, 2009; Şanlı, Altun ve Tan, 2015; Keser ve Çetinkaya, 2013) gösteren çalışmalar vardır.

Zamanı yönetme öğretme ve öğrenme için gerekli etkinlikler için çok önemlidir. Akıllı tahtanın zamandan tasarruf sağladığı ve bu nedenle öğrenmeyi olumlu yönde etkilebileceğidir. Akıllı tahta kullanımı öğrenme için olmazsa olmaz temel bileşenler olan dikkat çekme, ilgi ve motivasyonu sağladığı için öğrenmeye olumlu etkilediği belirlenmiştir. Dikkat çekme, ilgi ve motivasyonun sağlanması hususunda akıllı tahtanın öğrenmeye olumlu yönde etki ettiğini teyit eder nitelikte çalışmalar mevcuttur (Morgan, 2008; Yanez ve Coyle, 2011; Başbüyük vd., 2014; Polat ve Özcan, 2014; Tekerek, Altan ve Gündüz, 2014). Ayrıca akıllı tahta kullanımının matematik dersinde konunun anlaşılabilirliğini sağladığı bu yönüyle öğrenmeye olumlu etki yarattığı söylenebilir. Akıllı tahtayla dönütler verildiği ve öğrenmeleri somutlaştırmasından dolayı ders kalitesini artırdığı ve bu yönüyle öğrenmeye olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Akıllı tahta kullanımının matematik dersi gibi soyut bir derste kullanımında kavramları somutlaştırmasına rağmen ileride soyut düşünmeyi olumsuz yönde etkileyeceği tespit edilmiştir. Matematik dersinin akıllı tahta ile işlenmesi öğrencinin not tutmamasına ve hazıra kaçtığına, akıllı tahtadan her şeyi hazır gördüğü için araştırmacı yönünü körelttiği için öğrenmelerin kalıcı şekilde gerçekleşmeyeceği de belirlenmiştir.

Öğretmenlerin matematik dersinde akıllı tahtayı kullanarak en çok soru çözme etkinliği yaptıkları ( $f = 8$ ), konuya yönelik video izleme ( $f = 3$ ) ve modelleme yapma ( $f = 3$ ) etkinliği yaparken ders kitabındaki etkinlikler ( $f = 1$ ), önceden hazırlanan dokümanları inceleme ( $f = 1$ ) ölçme ve değerlendirme yapma ( $f = 1$ ) ve araştırma yapma ( $f = 1$ ) daha az yapılan diğer etkinlikler olarak belirlenmiştir ( $N = 8$ ). Bu sonuç öğretmenlerin akıllı tahtayı kullanarak daha çok soru çözümünde kullanmaları akıllı tahtanın kullanım amacına hizmet etmediği söylenebilir. Çünkü akıllı tahtanın derslerde kullanımın öğrencilere daha farklı bakış açıları kazandırması, araştırmacı ve düşünen bireylerin gelişimine öğretim bazında katkı sağlaması düşünülürken klasik hale gelen sürekli daha çok soru çözme tutkusu yenilikçilik ve yapılandırmacılıkta bir adım öteye gitmesini engelleyeceği düşünülmektedir. Hedeflenen amaca göre kullanılmaması sonucuna benzer nitelikte Başbüyük vd. (2014) ve Türel (2012) çalışmalarında elde

edildiği görülmektedir. Bu sonucun ortaya çıkmasında öğretmenlerin sınavları daha çok önemsendiğinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Matematik öğretmenleri derslerinde doğru ve etkili şekilde kullanılması (f=5) halinde akıllı tahtanın matematik dersinde kullanılması gerekliliğine vurgu yaptıkları belirlenmiştir. Ayrıca öğretmeni desteklemesi (f = 3), öğrencinin ilgi ve dikkatini derse çekmesi (f = 2) ve çağa uydurma (f = 2) anlamında akıllı tahtanın matematik öğretiminde kullanılması gerekliliğine vurgu yaptıkları başka faktörler olarak belirlenmiştir. (f=8) Matematik öğretmenleri akıllı tahta kullanımına yönelik kendilerini yetersiz hissettikleri ve bunun lisans ve hizmet içi eğitimlerden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Ayrıca bu yetersizliklerinden dolayı bazı öğretmenlerin akıllı tahtayı kara tahta şeklinde kullandığını ifade ettikleri belirlenmiştir.

Öğretmenlerin akıllı tahta kullanımına yönelik hizmet içi eğitimlerin yetersizlik nedenleri olarak eğitim içeriklerinin uygulamaya yönelik olmaması, öğretim açıdan derste kullanımına yönelik olmaması ve alınan hizmet içi eğitimlerin yeterli sürelerde gerçekleşmediği kanısı oluştuğu tespit edilmiştir. Ayrıca en çok öğretmenler hizmet içi eğitimi veren uzmanın niteliğine de dikkat çektikleri tespit edilmiştir. Akıllı tahta kullanımına yönelik verilen eğitimlerde bilişim teknolojileri uzmanlarının tanıtım şeklinde yüzeysel bilgi vermesi akıllı tahta kullanımına yönelik eğitimlerin niteliğini düşürdüğü ve öğretmenlerin matematik dersinde akıllı tahta kullanımına yönelik matematik uzmanlarının verilmesinin daha faydalı olacağı kanaatinde oldukları belirlenmiştir.

Bu çarpıcı sonuçlar derslerde akıllı tahta kullanımında öğretmenlerin sorunlar yaşadığını göz önüne sermektedir. Bu sonuçlar dikkate alınarak birtakım öneriler aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır.

- Çok kalabalık sınıflarda akıllı tahta kullanımının olumsuz koşullar oluşturması nedeniyle gerekli birimler tarafından ideal sınıf mevcudu belirlenmeli ve yeniden düzenlemeler yapılmalıdır. Ayrıca matematik öğretmenleri derslerinde sürekli olarak akıllı tahtayı kullanmamalı gerekli yerlerde farklı yöntem, teknik ve araç-gereçler kullanılmalıdır.
- Milli Eğitim Bakanlığı matematik derslerinde öğretim boyutunda akıllı tahta kullanımına yönelik kılavuz kitap çalışmaları yapmaları eğitim ve öğretimin nitelikli hale getirilmesi ve FATİH projesinin etkili olabilmesi için önemlilik arz etmektedir.
- Yüksek Öğretim Kurulu ile Milli Eğitim Bakanlığı arasında iş birliği yapılarak hem öğretmen adaylarının hem de hizmette olan öğretmenlerin derslerde akıllı tahta kullanımı ile ilgili daha nitelikli eğitimlerin verilmesi sağlanmalıdır. Ayrıca hizmet içi eğitimleri verecek uzmanın branş bazında nitelikli olması önemlidir.

- Derslerde akıllı tahtaların daha etkili kullanılmasının sağlanması amacıyla sadece öğretmenlere değil öğrencilere de bilişim teknolojileri dersinde müfredatın içine alınarak tanıtıcı bilgilendirme eğitimleri verilmesi gereklidir.
- Bundan sonra yapılacak araştırmalarda karma metotlar kullanılarak öğretimde akıllı tahta kullanımının farklı boyutları incelenebilir. Ayrıca bu konuyla ilgili akademisyenlerin görüşleri de alınabilir.



## KAYNAKÇA

- Akçayır, M. (2011). *Akıllı Tahta Kullanarak İşlenen Matematik Dersinin Sınıf Öğretmenliği Birinci Sınıf Öğrencilerin Başarı, Tutum Ve Motivasyonlarına Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Akkoyunlu, B. (1995). Bilgi Teknolojilerinin Okullarda Kullanımı Ve Öğretmenlerin Rolü. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11, 105-109.
- Akyüz, H.İ., Pektaş, M., Kurnaz, M.A., ve Kabataş-Memiş, E. (2014). Akıllı Tahta Kullanımlı Mikro Öğretim Uygulamalarının Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının TPAB'larına Ve Akıllı Tahta Kullanımına Yönelik Algılarına Etkisi. *Cumhuriyet International Journal of Education*, 3(1), 1-14.
- Alakoç, Z. (2003). Matematik Öğretiminde Teknolojik Modern Yaklaşımları. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 2(1) , 43-49.
- Altınçelik, B. (2009). *İlköğretim Düzeyinde Öğrenmede Kalıcılığı Ve Motivasyonu Sağlaması Yönünden Akıllı Tahtaya İlişkin Öğretmen Görüşleri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baki, A. (2002). *Öğrenen ve Öğretenler İçin Bilgisayar Destekli Matematik*. İstanbul: Ceren Yayınevi.
- Baki, A. ve Öztekin, B. (2003). Excel Yardımıyla Fonksiyonlar Konusunun Öğretimi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 11(2), 325-338.
- Balkaş, S. R. ve Barış, M. F. ( 2015). Etkileşimli Akıllı Tahta Kullanımının Öğretmen Rolüne, Sınıf İçi Etkileşime Ve Öğrenci Motivasyonuna Etkisi. *Elektronik Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(8), 206-222.
- Banoğlu, K., Madenoğlu, C., Uysal, Ş. ve Dede, A. (2014). FATİH Projesine Yönelik Öğretmen Görüşlerinin İncelenmesi (Eskişehir İli Örneği). *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*,4(1), 39-58.
- Başbüyük, K., Erdem E., Şahin, Ö., Gökyurt, B. ve Soylu, Y. (2014). Matematik Derslerinde Akıllı Tahta Kullanımına İlişkin Öğretmen Ve Öğrenci Görüşleri. *Adıyaman Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*.4(2),72-92.
- Bayturan, S. (2011). *Ortaöğretim Matematik Öğretiminde Bilgisayar Destekli Öğretimin, Öğrencilerin Başarıları, Tutumları Ve Bilgisayar Öz-Yeterlilik Algıları Üzerine Etkisi*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

- Birgin, O. ve Gürbüz, R. (2008). Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Doğrunun Denklemi Konusundaki Öğrenme Düzeylerinin İncelenmesi, Proceedings of International Conference on Educational Science, 23-25 Haziran, KKTC.
- Birişçi, S. ve Uzun, S.Ç. (2014). Matematik Öğretmenlerinin Derslerinde Etkileşimli Tahta Kullanımına İlişkin Görüşleri: Artvin İli Örneği. *Elementary Education Online*, 13(4), 1278-1295.
- Coyle, Y., Yanez, L., ve Verdú, M. (2010). The Impact Of The Interactive Whiteboard On The Teacher And Children's Language Use in An ESL Immersion Classroom. *System*, 38(4), 614-625.
- Çankaya, S. ve Karamete, A. (2008). Eğitsel Bilgisayar Oyunlarının Öğrencilerin Matematik Dersine Ve Eğitsel Bilgisayar Oyunlarına Yönelik Tutumlarına Etkisi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(2), 115-127.
- Çelen, F.K. ve Seferoğlu, S.S. (2016). Bilgi Ve İletişim Teknolojilerinin Kullanımı Ve Etik Olmayan Davranışlar: Sorunlar, Araştırmalar Ve Değerlendirmeler. *Journal of Computer and Education Research*, 4 (8), 124-153.
- Çelik, H. C. ve Bindak, R. (2005). İlköğretim Okullarında Görev Yapan Öğretmenlerin Bilgisayara Yönelik Tutumlarının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(20), 27-38.
- Demir, S. ve Bozkurt, A. (2011). İlköğretim Matematik Öğretmenlerinin Teknoloji Entegrasyonundaki Öğretmen Yeterliklerine İlişkin Görüşleri. *İlköğretim Online*, 10(3), 850-860.
- Ekici, F. (2008). *Akıllı Tahta Kullanımının İlköğretim Öğrencilerinin Matematik Başarılarına Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Elaziz, F. M. (2008). Attitudes of Students And Teachers Towards The Use Of Interactive Whiteboards İn EFL Classrooms, *Computer Assisted Language Learning*, 23(3), 235-252.
- Erduran, A. ve Tataroğlu, B. (2010). Comparison Of The Science And Mathematics Teachers' Opinions On The Usage Of Interactive Whiteboard in Education. *9th International Educational Technology Conference (IETC2009)*. Ankara.
- Ernest, P. (1989). The Knowledge, Beliefs And Attitudes Of The Mathematics Teachers: A Model. *Journal of Education for Teaching*, 15(1), 13-33.

- İşman, A. (2002). Sakarya İli Öğretmenlerinin Eğitim Teknolojileri Yönündeki Yeterlilikleri. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 1(1), 72-92.
- Gündüz, S. ve Çelik, H.Ç. (2015). Öğrencilerin Matematik Derslerinde Akıllı Tahta Kullanımına Yönelik Tutumlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25, 157-174.
- Kaya, G. (2013). *Matematik Dersinde Akıllı Tahta Kullanımının Öğrencilerin Dönüşüm Geometrisi Üzerindeki Başarılarına Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Kayaduman, H., Sarıkaya, M. ve Seferoğlu, S.S. (2011). Eğitimde Fatih Projesinin Öğretmenlerin Yeterlilik Durumları Açısından İncelenmesi. *XIII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 2-4 Şubat İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Kayak, S. & Kır, E. (2015). Evaluation of Candidate Language Teachers' Level of Knowledge and Ideas towards the Use of Interactive Whiteboard. *Journal of Computer and Education Research*, 3(5), 33-60.
- Kennewell, S., Tanner, H., Jones, S. ve Beauchamp, G. (2008). Analysing The Use Of Interactive Technology To Implement Interactive Teaching. *Journal of Computer Assisted Learning*, 34, 61-73.
- Keser, H. ve Çetinkaya, L. (2013). Öğretmen ve Öğrencilerin Etkileşimli Tahta Kullanımına Yönelik Yaşamış Oldukları Sorunlar Ve Çözüm Önerileri. *Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(6), 377-403.
- Kırbağ-Zengin, F., Kırılmazkaya, G. ve Keçeci, G. (2012). Akıllı Tahta Kullanımının Fen Ve Teknoloji Dersindeki Başarı Ve Tutuma Etkisi. *NWSA-Education Sciences*, 7(2), 526-537.
- Korucu, A.T., Usta, E. ve Toraman, L. (2016). Ortaokul Öğrencilerinin Etkileşimli Tahta Kullanımına Yönelik Tutumların Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(3), 690-717.
- Kutluca, T. ve Birgin O. (2007). Doğru Denklemi Konusunda Geliştirilen Bilgisayar Destekli Öğretim Materyali Hakkında Matematik Öğretmeni Adaylarının Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 27 (2) ,81-97.
- Kutluca, T. ve Ekici G. (2010). Öğretmen Adaylarının Bilgisayar Destekli Eğitime İlişkin Tutum Ve Öz-Yeterlik Algılarının İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, 177-188.

- Mayer, R. E. (2003). The Promise Of Multimedia Learning: Using The Same Instructional Design Methods Across Different Media. *Learning and Instruction*, 13 (2), 125-139.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An expanded source book*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Morgan, G. L. (2008). *Improving student engagement: Use of the Interactive Whiteboard As An Instructional Tool To Improve Engagement And Behavior in The Junior High School Classroom*. PhD Thesis. Liberty University, Virginia.
- Polat, S. ve Özcan, A. (2014). Akıllı Tahta Kullanımıyla İlgili Sınıf Öğretmenlerinin Görüşleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 22(2), 439-455.
- Saraç, H. ve Özarslan, M. (2017). Fen Alanı Öğretmen Adaylarının Bilgi Ve İletişim Teknolojilerine Yönelik Görüşleri. *International e-Journal of Educational Studies (IEJES)*, 1 (1), 32-46.
- Smith, H. J., Higgins, S., Wall, K. and Miller, J. (2005). Interactive Whiteboards: Boon Or Bandwagon? A Crical Review Of Literature. *Journal of Computer Assisted Learning*, 21, 91-101.
- Somyürek, S., Atasoy, B., ve Özdemir, S. (2009). Board's IQ: What Makes A Board Smart?. *Computers ve Education*, 53(2), 368-374.
- Şanlı, Ö., Altun, M. ve Tan, Ç. (2015). Öğretmenlerin Akıllı Tahta Ve Öğrencilere Dağıtılan Tablet Bilgisayarlar İle İlgili Yaşadıkları Sorunlar Ve Çözüm Önerileri. *Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(3), 833-850.
- Tataroğlu, B. (2009). *Matematik Öğretiminde Akıllı Tahta Kullanımınının 10. Sınıf Öğrencilerinin Akademik Başarıları, Matematik Dersine Karşı Tutumları Ve Öz-Yeterlik Düzeylerine Etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Tekerek, M., Altan, T. ve Gündüz, İ. (2014). FATİH Projesinde Tablet Pc Kullanımına Yönelik Öğrenci Tutumlarının İncelenmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 7(2), 21-27.
- Türel, Y. K. (2012). Öğretmenlerin Akıllı Tahta Kullanımına Yönelik Olumsuz Tutumları: Problemler Ve İhtiyaçlar. *İlköğretim Online*, 11(2), 423-439.
- Yanez, L. ve Coyle, Y. (2011). Children's Perceptions of Learning With An Interactive Whiteboard, *ELT Journal*, 65(4), 446-457.



# BOŞANMIŞ BİREYLERİN BAŞ ETME STRATEJİLERİNİN VE YAŞAM KALİTELERİNİN BAZI DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ<sup>1</sup>

Investigation of Divorced Individuals' Coping  
Strategies and Quality of Life in Terms of Some  
Variables

Gönderim Tarihi: 19.06.2018

Kabul Tarihi: 21.11.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492450

Fahri SEZER\*  
Uğur GÜRGAN\*\*

**ÖZ:** Bu çalışmada, boşanmanın ayrılan çiftler üzerindeki çok boyutlu etkisinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu amaçla, bireylerin boşanma süreci ile baş etmede kullandıkları stratejilerin ve boşanma sonrasında yaşadıkları psikolojik sorunların neler olduğu incelenmiştir. Çalışmaya 149 ayrılmış (boşanmış) birey katılmıştır. Bunların 132'si (% 88.6) kadın, 17'si (% 11.4) erkektir. Çalışmada veri toplama aracı olarak insanların strese karşı gösterdikleri farklı davranışları ölçen Başa Çıkma Stratejileri (COPE) ölçeği ile bireylerin yaşam kalitesini ölçmeye yarayan Dünya Sağlık Örgütü Yaşam Kalitesi Ölçeği Kısa Formu (WHOQOL-BREF-TR) kullanılmıştır. Verilerin analizi sonucunda boşanmanın bireylerin yaşam kalitesini etkilediği, cinsiyete göre yaşam kalitesi düzeylerinin farklılaştığı ve eğitim seviyesinin boşanma ile baş etmede belirleyici bir değişken olduğu saptanmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Boşanma, Yaşam Kalitesi, Başa Çıkma Stratejisi.

**ABSTRACT:** In this study, it is aimed to reveal the multidimensional effect of divorce on separated couples. In this respect, it is examined what strategies individuals use to cope with the divorce process and what psychological problems they have experienced after divorce. 149 separated (divorced) individuals participated in the study. Of these, 132 (88.6%) were female and 17 (11.4%) were male. As data collection tool in this study, Coping Strategies Scale (COPE) and the World Health Organization Quality of Life Questionnaire-Short Form (WHOQOL-BREF-TR) were used. Coping Strategies (COPE) scale, which measures the

<sup>1</sup> Bu çalışma, Balıkesir Üniversitesi tarafından desteklenmiştir, BAP Proje No: 2015/09.

\* Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Necatibey Eğitim Fakültesi/Eğitim Bilimleri Bölümü/Rehberlik ve Danışmanlık Anabilim Dalı, fahrisezer23@hotmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-3092-7275.

\*\* Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Necatibey Eğitim Fakültesi/Eğitim Bilimleri Bölümü/Rehberlik ve Danışmanlık Anabilim Dalı, ugurgan@hotmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-0421-8168.

different behaviors they show people against stress. The World Health Organization Short-Form of Quality of Life Scale (WHOQOL-BREF-TR) is used to measure the quality of life of individuals. As a result of the analysis of the data, it was determined that the divorce affected the quality of life of the individuals, the level of quality of life according to the sex differentiated and the educational level was a decisive variable in coping with the divorce.

**Keywords:** Divorce, Quality of Life, Coping Strategy.

## GİRİŞ

Boşanma olgusunun son yıllarda Türkiye’de dikkate değer bir şekilde arttığı yapılan atıftırmalarda oraya çıkmaktadır. Özellikle TÜİK (2014) bu konu ile ilgili yapmış olduğu araştırma sonuçları incelendiğinde boşanma oranındaki artışlar net bir şekilde görülmektedir. Boşanma oranlarında meydana gelen artış birçok sorunu beraberinde getirmektedir. Kadın cinayetleri, aile içi şiddet, toplu cinayet, ana, baba ve çocuk arasında yaşanan sorunlar akla gelen en önemli problemlerdir.

Özellikle ahlak gelişimi üzerinde ailenin önemli bir rolü olduğu göz önüne alındığında, boşanmanın çocuklar üzerindeki etkileri ayrı bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Parçalanmış ailede çocuğun yaşayacağı psikolojik sorunlar beraberinde, akademik alanda sıkıntılar yaşamalarına da neden olacak ve buda anne-babaları için ayrı bir sorun olarak görülecektir. Yapılmış birçok araştırmada boşanmanın özellikle çocukların okul performansı (Babalıs, Tsoli, Nikolopoulos ve Maniatis, 2014), yalnızlık ve yaşam doyumları (Çivitci, Çivitci, ve Fiyakalı, 2009), benlik saygısı ve kaygı düzeyleri (Serin ve Öztürk, 2007) üzerinde etkisi olduğu, düşük akademik başarıya yol açtığı, çocuklarda kaygıyı tetiklediği, babası olmayan çocukların benlik saygıları oldukça düşük olduğu, annesi ya da babasından ayrı yaşayan çocuklarda davranış problemleri, anksiyete, üzüntü, fobi, depresyon, saldırganlık, çekingenlik, alkol tüketimi, depresyon, aile ile çatışma gibi bilişsel, duygusal ve davranışsal birçok sorunlara yol açtığı görülmüştür (Uşaklı, 2013).

Çocukların yaşadıkları sorunlara ek olarak yapılan araştırmalar, ailenin parçalanması neticesinde çiftlerin ciddi zorluklarla ve psikolojik sorunlarla baş başa kaldıklarını göstermiştir (Brown, 2014; Cohen, Leichtentritt ve Volpin, 2014; Molgora, Ranieri ve Tamanza, 2014). Çiftlerin yaşadığı bu zorluklar arasında ekonomik sıkıntılar yaşama, çocukta ortaya çıkan psikolojik sorunlarla baş etme, toplumsal algının onlar üzerinde etkisi ile baş etme gibi durumlar en sık karşılaşılan sorunlardır. Özellikle boşanma sonrasında çocukların bakımını üstlenen ebeveynin, diğer ebeveyn ile iletişimde de önemli problemlerin olduğu karşılaşılan bir diğer sorundur (Cohen, Leichtentritt ve Volpin, 2014).



Durum böyle olunca boşanmanın sadece çocuklar üzerinde değil, aynı zamanda ebeveynler üzerinde de önemli sorunlar oluşturduğu gözlenmektedir.

Bahsi geçen sorunlara ek olarak, boşanmanın hem çocukta hem de ebeveynlerde bazı kronik sorunlara da yol açtığı, sosyal statü üzerinde olumsuz etkisi olduğu ve çocuğun cinsel kimliğini etkilediği tespit edilmiştir (Jurcut, 2014). Yapılan diğer bir çalışmada ise boşanmış annelerin en büyük kaygılarının çocuklarının refahı sağlamak için boşanma ile ilgili bilgileri nasıl açıklayıp, nasıl ve gizlemeleri konusunda yaşadıkları kaygılar olduğu belirtilmiştir (Cohen, Leichtentritt ve Volpin, 2014; Rahbari, Najmabadi ve Sharia, 2015).

Her ne kadar boşanma neticesinde ortaya çıkan bu sorunların çözümlenmesi için boşanmanın temel ve altta yatan gerekçelerine dikkat edilmesinin önemi olduğu bilinmelidir. Özellikle boşanmış annelerin en büyük kaygılarının çocuklarının refahı için boşanma ile ilgili bilgileri açıklama ve gizleme konusunda ciddi sorunlar yaşadıkları (Cohen, Leichtentritt, ve Volpin, 2014). Rahbari, Najmabadi, ve Sharia (2015) gerçeği, çok daha önemli sorunlar olan madde bağımlılığı, evlilikte temel kriterlerin ihmali ve sadakatsizlik gibi problemlerin üstüne gidilmesini zaruri hale getirmektedir. Özellikle pozitif baş etme yöntemleri kullanan ve sosyal destek unsuru yüksek olan bireylerin boşanma sonrası süreci daha iyi geçirdikleri (Brown, 2014) gerçeği göz önüne alındığında, bunu önleyici olması adına yaygın hale getirmek faydalı olacaktır. Tüm bu bulgular ışığında, her ne kadar eşler ve çocukları açısından hayatın hoş olmayan bir tecrübesi olsa da, gerçek yaşamın bir parçası olması boşanma ile baş etme ve bu sorunları önleme, bireylerin kaliteli bir yaşam sürdürmeleri için gereklidir.

Bahsi geçen konularda bilinç oluşturmak adına bu çalışmada, boşanmış çiftlerin yaşadıkları sorunların neler olduğunu tespit etmek amaçlanmıştır. Böylece hem ana-babaların hem de çocuklarının bu durumun yaşattığı sorunlarla baş etmede daha işe yarar yöntemler bulmaları sağlanmış olacaktır. Bu çalışma sonucunda elde edilmiş bulgular toplumsal bir yara haline gelmiş boşanma olayının çocuklar ve aileler üzerinde yaşattığı bu travmanın gerilimini azaltılmada hangi yöntemlerin işe yarar olduğu hakkında önemli bir farkındalık oluşturulacaktır. Bu doğrultuda aşağıdaki sorulara cevaplar aranacaktır;

1. Boşanmış bireylerin yaşam kalitesi ve boşanma ile başa çıkma stillerini arasında bir ilişki var mıdır?
2. Boşanmış bireylerin cinsiyetleri yaşam kalitesi ve boşanma ile başa çıkma stillerini farklılaştırmakta mıdır?
3. Boşanmış bireylerin eğitim seviyeleri ile yaşam kalitesi ve başa çıkma stilleri arasında fark var mıdır?

## YÖNTEM

### Örneklem

Çalışmaya 149 ayrılmış (boşanmış) birey katılmıştır. Örneklem grubundaki boşanmış bireylere ilişkin demografik bilgiler ise Tablo 1’de verilmiştir.

**Tablo 1:** Boşanmış Çiftlere İlişkin Demografik Bilgileri

		f	%	sd
Cinsiyet	Kadın	132	88.6	.32
	Erkek	17	11.4	
Meslek	Ev Hanımı	45	30.2	2.29
	İşsiz	6	4.0	
	Asgari Ücretli	7	4.7	
	Memur	29	19.5	
	İşçi	15	10.1	
	Özel Sektör	22	14.8	
	Serbest Meslek	23	15.4	
	Emekli	2	1.3	
	Yaş	20-29	3	
30-39		85	57.0	
40-49		55	36.9	
50-59		6	4.0	
Eğitim Seviyesi	İlkokul	42	28.2	1.18
	Ortaokul	12	8.1	
	Lise	55	36.9	
	Yüksekokul/Üniversite	38	25.5	
	Yüksek Lisans/Doktora	2	1.3	

Çalışmada boşanmış çiftler ölçüt olarak alındığı için amaçlı örnekleme yöntemlerinden olan ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Ölçüt örnekleme yöntemindeki temel amaç araştırmacının önceden belirlenmiş olduğu bir dizi ölçütü karşılayan durumların çalışılmasına fırsat vermesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2005).

### Veri Toplama Araçları

*Başa Çıkma Stilleri Kısa Formu (BÇS- Brief COPE):* insanların strese karşı gösterdikleri farklı davranışları ölçen Başa Çıkma Stratejileri (COPE) ölçeği Carver (1997) tarafından geliştirilmiştir. Bacanlı, Sürücü ve İlhan (2013) tarafından Türkçe’ye uyarlanmış ölçek 14 alt ölçekten oluşmaktadır. Her maddeye verilecek yanıtlar ölçek üzerinde yapmama/yapma yönünde 1 ile 4 arasında puanlanmaktadır. Puanların düşüklüğü o boyutun az kullanıldığını, puanların yüksekliği ise o boyutun daha fazla kullanıldığını işaret etmektedir. Bu çalışma için alt ölçeklerin hesaplanan Cronbach Alpha güvenilirlik katsayıları ise;

Diğer Etkinlikleri Bırakma .38, Planlama .62, Olumlu Yönde Yeniden Yorumlama .64, Kabullenme .56, Mizahi Yaklaşım .81, Dine Yönelme .78, Duygusal Sosyal Destek Arama .42, Araçsal Sosyal Destek Kullanma .62, Zihinsel Olarak İlgiyi Kesme .30, Yadsıma .62, Duyguları Ortaya Koyma .80, Madde Kullanımı .84, Davranışsal Olarak İlgiyi Kesme .55 ve Kendini Sınırlandırma .51 olarak tespit edilmiştir.

*Dünya Sağlık Örgütü Yaşam Kalitesi Ölçeği Kısa Formu (WHOQOL-BREF-TR):* Dünya Sağlık Örgütü tarafından geliştirilen bu ölçek, WHOQOL- 100 içinden seçilen 27 soru ve fiziksel sağlık, psikolojik sağlık, sosyal ilişkiler ve çevre alanı olmak üzere dört alanı içermektedir. Türkiye'deki geçerlik ve güvenilirlik çalışması Fidaner, Elbi, Fidaner, Eser, Eser ve Göker, (1999) tarafından yapılmıştır. Bu çalışma için alt ölçeklerin hesaplanan Cronbach Alpha güvenilirlik katsayıları ise; bedensel alanda .84, ruhsal alanda .77, sosyal ilişkiler alanında .76 ve çevre alanında 0.84 olarak tespit edilmiştir.

## İşlem

Çalışmanın yapılacağı hedef kitleyi belirlemek için ilk ilgili resmi kurumlardan gerekli izinler alınmış ve tüm eğitim kademelerindeki okul rehber öğretmenleri ile iletişime geçilerek boşanmış çiftlere yönelik veri toplama araçları uygulanmıştır. Boşanmış çiftlere Boşanma sonrası yaşanan psikolojik durumu belirlemek için Baş Etme Stratejileri Ölçeği ve yaşam kalitesi ölçeği veri toplama araçları kullanılarak veriler toplanmıştır.

Boşanmış bireylere yönelik 500 adet ölçme formunun okullarda çalışan rehber öğretmenler vasıtası ile uygulanması hedeflenmiştir. Ancak uygulama sonrası boşanmış çiftlerden 149'u uygulamaya katılmayı kabul etmiş ve formlara cevap vermiştir. Verilerin toplanması sonrasında SPSS 22 programlarında verilerin analizi yapılmıştır. Verilerin analizde betimsel istatistikler, korelasyon analizi, t Testi, Anova, Post Hoc test analizleri ve nitel analiz yöntemleri kullanılmıştır.

## BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde verilerin analizi sonucunda elde edilmiş bulgulara yer verilmiştir. Örneklenebilir boşanmış bireylerin yaşam kalitesi düzeyleri ve boşanma sonrası başa çıkma düzeyleri likert ölçeklerle belirlenmiştir. Ölçeklerden elde edilen verilerin korelasyon analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo 2 ve 3'te verilmiştir.

**Tablo 2:** Verilerin Dağılımını Tanımlayıcı İstatistikler

	N	M	SS	Kurtosis	Skewness
YK_Bedensel	149	26.65	5.274	-.570	-.235
YK_Ruhsal	149	22.33	4.287	-.683	.208
YK_Sosyal	149	10.87	2.785	-.735	.391
YK_Çevresel	149	31.63	6.239	-.173	-.196
BÇÖ	149	74.10	9.029	-.466	.730

YK: Yaşam kalitesi; BÇÖ: Başa çıkma ölçeği

Tablo 2’de görüldüğü gibi boşanmış bireylerin yaşam kalitesi boyutlarından en çok çevresel (M=31.63), ikinci sırada bedensel (M=26.65), üçüncü sırada ruhsal (M=22.33) ve son olarak sosyal (M=10.87) alan düzeyinde sonuçlar ortaya çıkmıştır. Boşanmış bireylerin başa çıkma stilleri puanlarının (M=74.10) ise ortalamasının üstünde olduğu görülmüştür.

Boşanmış bireylerin yaşam kalitesi boyutları ile başa çıkma stilleri arasındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 3’te verilmiştir.

**Tablo 3:** Yaşam Kalitesi İle Başa Çıkma Stilleri Korelasyon Analizi Sonucu

	BÇÖ	YK_Bedensel	YK_Ruhsal	YK_Sosyal
YK_Bedensel	-.136	1		
YK_Ruhsal	-.056	.716**	1	
YK_Sosyal	.045	.576**	.684**	1
YK_Çevresel	-.066	.705**	.735**	.746**

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

Analiz sonuçları, başa çıkma stilleri ile yaşam kalitesi bedensel alan ( $r=-.136$ ), ruhsal alan ( $r=-.056$ ), sosyal alan ( $r=.045$ ), ve çevresel alan ( $r=-.066$ ) arasında korelasyonel bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir. Başka bir ifade bireylerin başa çıkma stilleri ile yaşam kaliteleri arasında herhangi bir ilişki bulunmadığı görülmüştür.

Boşanmış bireylerin başa çıkma stilleri ile yaşam kalitesi düzeylerinin cinsiyete göre nasıl farklılaştığını belirlemek amacı ile t testi analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 4’te verilmiştir.

**Tablo 4:** Cinsiyete Göre Başa Çıkma Stilleri Ve Yaşam Kalitesi Düzeyi

	Cinsiyet	N	M	SS	t	p
YK_Bedensel	Kadın	132	26.416	5.146	-1.518	.131*
	Erkek	17	28.47	6.042		
YK_Ruhsal	Kadın	132	22.075	4.149	-2.084	.039**
	Erkek	17	24.352	4.923		
YK_Sosyal	Kadın	132	10.818	2.773	-.662	.509*
	Erkek	17	11.294	2.931		
YK_Çevresel	Kadın	132	31.151	6.036	-2.666	.009**
	Erkek	17	35.352	6.726		
YK_Toplam	Kadın	132	96.924	17.154	-2.102	.037**
	Erkek	17	106.47	21.113		
BÇÖ	Kadın	132	74.04	8.633	-.207	.836*
	Erkek	17	74.52	11.99		

\*p&gt;0.05; \*\*p&lt;0.05

Tablo 4'te görüldüğü gibi, kadın ve erkek boşanmış bireylerin yaşam kalitesi bedensel boyut ( $t = -1.518$ ;  $p > 0.05$ ) ve sosyal boyut düzeyleri ( $t = -.662$ ;  $p > 0.05$ ) arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. Buna karşın yaşam kalitesi ruhsal boyut ( $t = -2.084$ ;  $p < 0.05$ ), çevresel boyut ( $t = -2.666$ ;  $p < 0.05$ ) ve toplam yaşam kalitesi düzeyleri ( $t = -2.102$ ;  $p < 0.05$ ) arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür. Başka bir ifade ile erkeklerin beden imgesi ve dış görünüş, benlik saygısı, olumlu duygular, maneviyat, din ve dikkatini toplama gibi alanları ölçmeye yarayan ruhsal boyut puanı ile maddi kaynaklar, fiziksel güvenlik ve emniyet, sağlık hizmetleri ve sosyal yardım, ev ortamı, yeni bilgi ve beceri edinme fırsatı, dinlenme ve boş zaman değerlendirme gibi çevresel boyutu belirleyen puanının kadınlarınkinden yüksek olduğu görülmüştür. Aynı zamanda erkeklerin yaşam kalitesi toplam puanının kadınlarınkinden yüksek olduğu saptanmıştır. Buna ek olarak boşanma sonrası yaşanan stresle başa çıkma düzeyleri karşılaştırıldığında erkek ve kadınların puanları arasında bir fark olmadığı görülmüştür ( $t = -.207$ ;  $p > 0.05$ ).

Boşanmış bireylerin eğitim seviyeleri ile yaşam kalitesi alt boyutları ve başa çıkma stilleri puanları arasında fark olup olmadığını test etmek amacıyla tek yönlü varyans analizi (OneWay ANOVA) uygulanmış ve bulgular Tablo 5'te verilmiştir.

**Tablo 5:** Boşanmış Breylerin Eğitim Seviyesine Göre Anova Sonuçları

		Kareler Toplamı	df	Kareler ortalaması	F	p
YK_Bedensel	Gruplar Arası	186.357	4	46.589	1.706	.152**
	Gruplar İçi	3931.495	144	27.302		
	Toplam	4117.852	148			
YK_Ruhsal	Gruplar Arası	175.531	4	43.883	2.482	.046*
	Gruplar İçi	2545.691	144	17.678		
	Toplam	2721.221	148			
YK_Sosyal	Gruplar Arası	31.050	4	7.762	1.000	.410**
	Gruplar İçi	1117.527	144	7.761		
	Toplam	1148.577	148			
YK_Çevresel	Gruplar Arası	272.030	4	68.007	1.784	.135**
	Gruplar İçi	5490.668	144	38.130		
	Toplam	5762.698	148			
BÇÖ	Gruplar Arası	109.387	4	27.347	.329	.858**
	Gruplar İçi	11958.103	144	83.042		
	Toplam	12067.490	148			

\*p<0.05; \*\*p>0.05

Tablo 5'te görüldüğü gibi, eğitim seviyesi ile yaşam kalitesi bedensel boyut ( $F_{(4-144)}=1.706$ ,  $p>.05$ ), sosyal boyut ( $F_{(4-144)}=.410$ ,  $p>.05$ ), çevresel boyut ( $F_{(4-144)}=1.784$ ,  $p>.05$ ) ve başa çıkma stilleri ( $F_{(4-144)}=.329$ ,  $p>.05$ ) durumlarına ilişkin farkla ilgili uygulanan varyans analizi sonuçları anlamsız bulunmuştur. Buna karşın yaşam kalitesi ruhsal boyut ( $F_{(4-144)}=2.482$ ,  $p<.05$ ) durumlarına ilişkin farkla ilgili uygulanan varyans analizi sonucu ise anlamlı bulunmuştur. Bu bulgu boşanmış bireylerin eğitim seviyesi ile beden imgesi ve dış görünüş, benlik saygısı, olumlu duygular, maneviyat, din ve dikkatini toplama gibi alanları ölçmeye yarayan ruhsal boyut puanı arasında farkın olduğunu göstermektedir.

Elde edilen bu farkın kaynağını saptamak amacıyla yapılan Post Hoc Testi (LSD) sonucunda ilkökul mezunu bireylerin yaşam kalitesi ruhsal boyut puanı ( $\bar{X}=20.88$ ), yüksekokul/üniversite mezunu ( $\bar{X}=22.63$ ) olanlardan ve yüksek lisans/doktora mezunu ( $\bar{X}=27$ ) olanlardan düşük bulunmuştur.

## TARTIŞMA SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın amacı, boşanmanın hem kadın hem de erkek üzerindeki psikolojik etkisinin neler olduğu belirlenmeye çalışmaktır. Bu doğrultuda, boşanmış çiftlerin boşanma süreci ile baş etme stratejileri ve boşanma sonrasında çiftlerin yaşadığı psikolojik sorunların ve güçlüklerin neler olduğu belirlenmeye çalışılmıştır.

Yapılan analiz sonucunda boşanmış bireylerin yaşam kalitesi alt boyutlarında en yüksek puanların ilk olarak çevresel boyutta, ikinci sırada bedensel, üçüncü

sırada ruhsal ve son olarak sosyal boyutta olduğu tespit edilmiştir. Boşanmış bireylerin en yüksek puanı elde ettikleri çevresel boyut bireyin maddi kaynaklar temin etme, fiziksel güvenlik ve emniyet konusunu, sağlık hizmetleri ve sosyal yardım, dinlenme ve boş zaman değerlendirme fırsatları alanlarını temsil etmektedir. Bu da boşanmış bireylerin bu alandaki yaşam kalitelerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Cohen ve arkadaşları (2014) boşanmış bireylerin en fazla ekonomik sorunlarla, çocukta ortaya çıkan psikolojik sorunlarla ve toplumsal algının onlar üzerindeki etkisi ile baş etme gibi sorunları yaşadıklarını aktarmışlardır. Özellikle annelerin bu durumu gizlemeye yönelik tutum sergiledikleri göz önüne alındığında yaşanan sorunların sosyal yönden ciddiyeti ortaya çıkmaktadır. Yapılan çalışmaların aksine ülkemizde boşanmış çiftlerin en az sorunu “çevresel boyutta” yaşadıkları karşımıza çıkmaktadır. Bu sonucun ortaya çıkmasında etkili olan hususların başında ülkemizde boşanma sonrasında özellikle kadının korunmasına yönelik önemli yasal düzenlemelerin olması gösterilebilir. fiziksel şiddete maruz kalmasının önlenmesi için güvenlik güçlerinden destek alma, sosyal devlet anlayışı gereği ücretsiz sunulan sağlık hizmetleri ve sosyal yardım destekleri gibi kaydedilen ilerlemelerin bu duruma pozitif yönde etki ettiği söylenebilir.

Boşanmış bireylerin ikinci düzeyde en yüksek yaşam kalitesi puanını elde ettikleri alt boyut “bedensel boyut” olarak belirlenmiştir. Bu boyut ile kast edilen özellikler, gündelik işleri yürütebilme, ilaçlara ve tedaviye bağımlılık, canlılık ve bitkinlik, hareketlilik, ağrı ve rahatsızlık, uyku ve dinlenme ve çalışabilme gibi konularıdır. Boşanmanın hem çocukta hem de ebeveynlerde bazı kronik sorunlara yol açtığı, sosyal statü üzerinde olumsuz etkisi olduğu (Jurcut, 2014) bilinmektedir. Boşanma ile birlikte yaşanan bu psikolojik sorunları kendini psikosomatik belirtilerle ortaya çıkarabilir. Haliyle sorun sadece psikolojik boyutta olmayacak biyolojik ve fiziksel tedavi desteğine ihtiyaç artacaktır. Durum böyle olunca bireyin günlük işlerini yürütmeden tutunda çocukları ve çevresindekilerle iletişimine kadar bir çok alanda yaşam kalitesinde düşüş meydana gelecektir. Buda beraberinde yeni travmatik olaylar doğuracaktır.

Boşanmış bireylerin üçüncü sıradaki yaşam kalitesi puanını elde ettikleri alt boyut olan “ruhsal boyut” ile kast edilen özellikler, beden İmgesi ve dış görünüş, olumsuz duygular, benlik saygısı, olumlu duygular, maneviyat, din, kişisel inançlar, düşünme, öğrenme, bellek ve dikkatini toplama gibi alanları ifade etmektedir. Bu bulgu ülkemizde boşanma ile birlikte bireylerin kendilerini daha olumsuz algılamaya başladıklarını, yaşadıkları travmatik olaydan dolayı kendilerini manevi olarak daha fazla sorgulama eğilimi içine girdiklerini göstermektedir. Yapılan çalışmalar boşanmanın manevi bir kayıp olarak yorumlandığı ve depresyon riskini arttırdığı (Krumrei, Mahoney ve Pargament, 2009; Nathanson, 1995) görülmüştür.



Son olarak boşanmış bireylerin yaşam kalitesi alt boyutu olan “sosyal boyutta” ile kast edilen özellikleri ise diğer kişilerle ilişkiler, sosyal destek ve cinsel yaşam konularını kapsamaktadır. Özellikle boşanma sonrasında çocukların bakımını üstlenen ebeveynin, diğer ebeveyn ile iletişimde de önemli problemlerin olduğu (Cohen ve ark., 2014), Eşler arasındaki cinsel yaşam ve cinsel iletişimin kalitesi evlilik mutluluğunu fazlasıyla etkilediği (Pınar ve Yıldırım, 2013), evliliğini sürdüren çiftlerin, boşananlara göre empatik eğilim puanlarının yüksek olduğu (Yıldırım, 2005), tükenmişlik düzeylerini düşük olduğu (Sezer, 2012) saptanmıştır. Bu bulgular boşanmanın sosyal boyutta yaşam kalitesinin neden düşürdüğünü gösteren önemli verilerdir.

Erkeklerin beden imgesi ve dış görünüş, benlik saygısı, olumlu duygular, maneviyat, din ve dikkatini toplama gibi alanlar ile maddi kaynaklar, fiziksel güvenlik ve emniyet, sağlık hizmetleri ve sosyal yardım, ev ortamı, yeni bilgi ve beceri edinme fırsatı, dinlenme ve boş zaman değerlendirme gibi alanlarda kadınlarınkinden yüksek yaşam kalitesine sahip oldukları görülmüştür. Aynı zamanda erkeklerin yaşam kalitesi toplam puanının kadınlarınkinden yüksek olduğu saptanmıştır. Bu sonucun ortaya çıkmasına etki eden temel faktörlerden biri erkeğin ekonomik olarak gücü elinde bulundurmasıdır. Alptekin (2011) yaptığı çalışmada kadınların boşanmaya neden olarak gösterdikleri faktörlerden önemli olanın ekonomik sorunlar olduğu belirtilmektedir. Boşanma ile birlikte kadının kendi ayakları üzerinde durma, sosyal baskıyı üzerinde atmaya çalışma gibi durumlarda erkeklere göre daha çok dezavantajlı bir durumda olduğu bilinmektedir.

Bununla birlikte cinsiyet açısından değerlendirildiğinde, kadınların erkeklere göre, evlilikteki sorunları daha erken fark ettikleri ve yaşanan sorunları eşleriyle tartışmaya daha çok istekli oldukları (Thompson ve Walker, 1989) görülmüştür. Kadınların bu girişimine karşın erkeklerin, ilişkilerindeki sorunları tartışmaktan kaçındıkları ifade edilmiştir (Gottman, 2014). Ayrıca boşanma nedenleri sıraladığında kadınlar, erkeklere göre fazla ve karmaşık nedenler gösterme eğiliminde oldukları belirtilmiştir (Cleek ve Pearson, 1985). Durum böyle olunca erkeğin bu davranış ve algı biçiminin onun yaşam kalitesinin kadınıninkine göre daha yüksek olması beklenen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Boşanmış erkek ve kadınların yaşam kaliteleri arasında belirlenen bu farklara rağmen boşanma sonrası yaşanan stresle başa çıkma düzeyleri karşılaştırıldığında erkek ve kadınların puanları arasında bir fark olmadığı görülmüştür. Buda aslında her iki tarafında boşanma sürecinin sonunda aynı travmatik yaşantının etkisinde kaldıklarının göstergesidir.

Bir diğer bulguda ise boşanmış bireylerden ilkokul mezunu olanların yaşam kalitesi ruhsal boyut puanı yüksekokul/üniversite mezunu olanlardan ve yüksek lisans/doktora mezunu olanlardan düşük bulunmuştur. Bu durum eğitim seviyesi yükseldikçe bireylerin beden imgesi ve dış görünüş, olumsuz duygular, benlik saygısı, olumlu duygular, maneviyat, din, kişisel inançlar, düşünme, öğrenme, bellek ve dikkatini toplama gibi alanlarda daha az problemle karşılaştıklarını göstermektedir. Yapılan çalışmalar eğitim düzeyinin yüksek ya da düşük olmasının evlilik doyumunu etkilediğini göstermektedir (Teacher, Polonko ve Scanzoni, 1987). Bununla birlikte Üncü (2007) eğitim seviyesi ve evlilik doyumunun arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında en düşük evlilik doyumunun ilköğretim mezunlarında olduğunu saptamıştır. Bu bulgular eğitim seviyesinin evlilik sürecine etkisini göstermektedir. Ancak boşanma gerçekleşikten sonrada eğitim seviyesinin yüksek olmasının yaşam kalitesini pozitif yönde etkilemesi ise bireyin eğitim düzeylerinin artması sonucu kendilerini daha bağımsız hissetmeleri (Kurdek, 1987) ile ilişki olabilir. Çünkü boşanmanın gerçekleşmesi ile kendi ayakları üzerinde durabilme, ekonomik gücü elinde tutabilme imkanını bireyin eğitimle elde etmesi bu bulgunun ortaya çıkmasını desteklemektedir.

Sonuç olarak yaşanan bu travmatik olayın sonucunda yaşanabilecek olumsuzlukların azaltabilme adına bazı önerilerde bulunulması fayda sağlayacaktır. Yapılacak çalışmaların başında gizliliği korumak yer almaktadır. Cohen ve arkadaşları (2014) boşanmış annelerin en büyük kaygılarının boşanma ile ilgili bilgileri açıklama ve gizleme konusunda yaşadıklarını belirtmişlerdir. Bu durum gizliliğin boşanmış birey için önemini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda okullarda ve resmi kurumlarda bilgilerin gizli kalması için personele önemli görevler düştüğü bilinmelidir.

Önleyici tedbirler anlamında yapılması gereken en önemli iş tabiki boşanmaya neden olan faktörler azaltmak ya da ortadan kaldırmaktır. Bu anlamda topyekûn boşanmanın temel ve altta yatan gerekçelerine dikkat edilmesinin ve bunun kamu spotu uygulamaları gibi çalışmalarla topluma yayılmasının önemli olduğu bilinmelidir. Buna ek olarak, madde bağımlılığı ve kumar gibi kötü alışkanlıkların, evlilikte temel kriterlerin ihmal edilmesinin, eşlerin sadakatsizliğinin üzerinde durulması gereken problemlerin başında geldiği unutulmamalıdır. Bu hususta, değer eğitimi konusunda tüm fertlere çeşitli eğitimlerin verilmesinin uzun vadede çocuk ve ebeveynler için yarar sağlayacağı söylenebilir.

## KAYNAKLAR

- Alptekin, K. (2011). Düzce il merkezindeki boşanmalar üzerine bir çalışma. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 22(2), 37-62.
- Babalis, T., Tsoi, K., Nikolopoulos, V., & Maniatis, P. (2014). The Effect of Divorce on School Performance and Behavior in Preschool Children in Greece: An Empirical Study of Teachers' Views. *Psychology*, 5(1), 20-26.
- Bacanlı, H., Sürücü, M., & İlhan, T. (2013). An investigation of psychometric properties of coping styles scale brief form: a study of validity and reliability. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 13(1), 90-96.
- Brown, T.L. (2014). *Bruised but not broken: how copingstyles, spirituality and social support are contributing factors to how well people do after divorce*. In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Master of Social Work. A Project Presented to the Faculty of California State University, San Bernardino.
- Carver, C. S. (1997). You want to measure coping but your protocol's too long: Consider the brief COPE. *International Journal of Behavioral Medicine*, 4 (1), 92-100.
- Cleek, M. G., & Pearson, T. A. (1985). Perceived causes of divorce: An analysis of interrelationships. *Journal of Marriage and the Family*, 179-183.
- Cohen, O., Leichtentritt, R. D., & Volpin, N. (2014). Divorced mothers' self-perception of their divorce-related communication with their children. *Child & Family Social Work*, 19(1), 34-43.
- Çivitci, N., Çivitci, A., & Fiyakalı, N. C. (2009). Anne-babası boşanmış ve boşanmamış olan ergenlerde yalnızlık ve yaşam doyumu. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 9 (2), 493-525.
- Fidaner, H., Elbi, H., Fidaner, C., Eser, S.Y., Eser, E., & Göker, E (1999). Yaşam kalitesinin ölçülmesi. WHOQOL-100 ve WHOQOL-BREF. 3P. *Psikiyatri Psikoloji Psikiyatri Dergisi*, 7, 23-40.
- Gottman, J. M. (2014). *What predicts divorce? The relationship between marital processes and marital outcomes*. Psychology Press. University of Washington. New York and London.
- Jurcuț, C. A. (2014). Child counseling in problems associated with parents' divorce. *Agora Psycho-Pragmatica*, 8(1), 202-219.
- Krumrei, E. J., Mahoney, A., & Pargament, K. I. (2009). Divorce and the divine: The role of spirituality in adjustment to divorce. *Journal of Marriage and Family*, 71(2), 373-383.

- Kurdek, L. A. (1987). Sex role self-schema and psychological adjustment in coupled homosexual and heterosexual men and women. *Sex Roles, 17*, 549 – 562
- Molgora, S., Ranieri, S., & Tamanza, G. (2014). Divorce and co-parenting: a qualitative study on family mediation in Italy. *Journal of Divorce & Remarriage, 55*(4), 300-314.
- Nathanson, I. G. (1995). Divorce and women's spirituality. *Journal of divorce & remarriage, 22*(3-4), 179-188.
- Pınar, Ç.A.Ğ.,& Yıldırım, İ. (2013). Evlilik doyumunu yordayan ilişkisel ve kişisel değişkenler. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 4*(39), 13-23.
- Rahbari, M. M., Najmabadi, K. M., & Shariati, M. (2015). Challenges of divorced women: A qualitative study. *Nursing Practice Today, 1*(1), 31-39.
- Serin, N.B. & Öztürk, S. (2007). Anne-babası boşanmış 9–13 yaşlarındaki çocuklar ile aynı yaş grubundaki anne-babası boşanmamış çocukların benlik saygısı ve kaygı düzeyleri. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (Kefad), 8*(2), 117-128.
- Sezer, F. (2012). Examining of teacher burnout level in terms of some variables. *International Online Journal of Educational Sciences, 4*(3), 617-631.
- Teachman, J. D., Polonko, K. A., & Scanzoni, J. (1987). Demography of the family. In *Handbook of marriage and the family* (pp. 3-36). Springer US.
- Thompson, L., & Walker, A. J. (1989). Gender in families: Women and men in marriage, work, and parenthood. *Journal of Marriage and the Family, 845-871*.
- TÜİK (2014). Boşanma Oranları İstatistiki Raporları. 15 Mayıs 2015 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> adresinden erişildi.
- Uşaklı, H. (2013). Eşinden ayrılmış annelerin görüşü açısından çocuklarının sorunları. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1* (1), 195-208.
- Üncü, S. (2007). *Duyusal zeka ve evlilik doyumu ilişkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Yıldırım, A. (2005). Kişilerin empatik eğilimleri ile boşanma arasındaki ilişkinin incelenmesi. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 22*, 233-242.
- Yıldırım, A.,& Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.



# ÖĞRETMENLERİN İSTENMEYEN ÖĞRENCİ DAVRANIŞLARI İLE BAŞA ÇIKMA YÖNTEMLERİ VE BU YÖNTEMLERİN ETKİLİLİĞİNE İLİŞKİN GÖRÜŞLERİ

Teachers' Coping Methods for Dealing with  
Students' Misbehaviours and Their Opinions  
about Effectiveness of These Methods

Gönderim Tarihi: 04.02.2018

Kabul Tarihi: 27.08.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.489128

Güngör YUMUŞAK\*  
Özgül BALCI\*\*

**ÖZ:** İstenmeyen öğrenci davranışlarının önlenmesi ya da en aza indirilmesi etkili öğretim ve öğrenme sürecinin gerçekleşmesi için gerekli olan en önemli koşullardan biridir. Bu nedenle öğretmenlerin istenmeyen öğrenci davranışlarını önlemede kullandıkları yöntemler ve bu yöntemlerin etkili olup olmadığının incelenmesi önem taşımaktadır. Bu çalışmada nitel araştırma desenlerinden durum çalışması deseni kullanılarak öğretmenlerin bu konudaki görüşleri incelenmiştir. Araştırma Konya ili merkez ilçelerinde çalışmakta olan İlkokul 3 ve 4. sınıf öğretmenleri ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada 20 öğretmenden yarı yapılandırılmış görüşme formları kullanılarak görüş alınmıştır. Araştırma sonunda elde edilen bulgulara göre öğretmenlerin ders akışını bozma, derse ilgisizlik gösterme, iletişim bozuklukları gösterme gibi davranışları istenmeyen öğrenci davranışları olarak niteledikleri, bunların nedenlerini çoğunlukla heterojen sınıf yapısına, medya araçlarının aşırı kullanımına ve ailelerin eğitim seviyelerinin düşük olmasına bağladıkları belirlenmiştir. İstenmeyen davranışı önlemede, görüşülen öğretmenlerin tamamının sınıf kurallarını öğrencilerle birlikte oluşturmayı tercih ettikleri belirlenmiştir. Bunun yanında sınıfın fiziki koşullarının değiştirilmesi ve aileler ile görüşülmesi en sık alınan önlemler arasında gösterilmektedir. Öğretmenlerin verdikleri tepkiler çeşitlilik göstermekle beraber en sık derste sözlü uyarma tepkisinin verildiği bu tepkiyi sırasıyla ceza verme, yüksek sesle kızma ve mimiklerle uyarma, yüz yüze konuşma, kurallara uyunca ödül verme gibi diğer tepkilerin izlediği belirlenmiştir. Öğretmenlerin kurallara uyunca ödül verme, yüz yüze konuşma ve veli iş birliğinin davranışı değiştirmede etkili olduğu; ceza verme, yüksek sesle kızma ve mimiklerle

\* Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi/Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi/Eğitim Bilimleri Bölümü/Eğitim Programları ve Öğretimi Anabilim Dalı, gyumusak@konya.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0001-5623-463X.

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi/Yabancı Diller Yüksekokulu/Yabancı Diller Bölümü, obalci@konya.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0001-5974-4387.

uyarma gibi diğer tepkilerin etkili olmadığı yönünde görüş bildirdikleri belirlenmiştir. Ayrıca öğretmenlerin hizmet içi eğitim almak istedikleri ancak hizmet içi eğitim uygulamalarını yetersiz buldukları belirlenmiştir.

**Anahtar kelimeler:** İstenmeyen Öğrenci Davranışları, İstenmeyen Öğrenci Davranışlarının Önlemede Kullanılan Yöntemler, Sınıf İçi Disiplin.

**ABSTRACT:** Preventing or minimizing students' misbehaviours is one of the indispensable prerequisites of ensuring an effective teaching-learning process. Therefore, it is of vital importance to examine teachers' coping methods for dealing with students' misbehaviours and to evaluate the effectiveness of these methods. The qualitative case study research design was employed in this study to examine teachers' views of students' misbehaviours. The study was carried out with the participation of third and fourth class teachers working in the central districts of Konya. Individual semi-structured interviews were carried out with 20 teachers. The results of the study revealed that teachers defined the behaviours such as disrupting the lesson, showing lack of interest in the class, causing communication problems as misbehaviours and accounted for these misbehaviours by heterogeneous class structure, overuse of media and the low level of family education. It was found that all the teachers prefer introducing and discussing classroom rules with the students in order to prevent misbehaviours. Beside this, altering the physical structure of the classroom and contacting students' families were among the most frequently taken measures taken by the teachers. While teachers' responses to students' misbehaviours varied, verbal warning was the most frequently used response, followed by giving punishments, showing anger by shouting, warning by gestures, having a direct conversation with the student, awarding students for good behaviour. Among these responses, awarding good behaviours, having a direct conversation and parent cooperation were found to be the most effective in behaviour modification while the responses such as giving punishments, showing anger by shouting and warning by gestures were ineffective. In addition, it was revealed that although teachers would like to have in-service training on coping with students' misbehaviours, they found it insufficient.

**Keywords:** Students' Misbehaviours, Teachers' Coping Methods for Dealing with Students' Misbehaviours, In-Class Discipline.

## GİRİŞ

Eğitim ortamlarında istenmeyen öğrenci davranışlarının önlenmesi ya da en aza indirilmesi etkili öğretme ve öğrenme sürecinin gerçekleşmesi için gerekli olan en önemli koşullardan biridir. İstenmeyen davranışların tanımlanması, davranışın değişimi için önemli bir adım olarak görülmeyle birlikte davranışın istenen veya istenmeyen olarak nitelendirilmesi, içinde bulunulan koşullara bağlıdır. Bu durumda istenmeyen öğrenci davranışlarının nedenlerinin anlaşılması sorunun çözümü için en öncelikli adımdır (Aydın, 1998). Genel olarak tanımlamak gerekirse “okulda eğitsel çabaları engelleyen her tür davranış istenmeyen davranış olarak adlandırılır” (Başar, 2004: 117). Çocukların istenmeyen



davranışlarının nedenlerinin anlaşılması ve bu davranışların istenilen yönde değiştirilip geliştirilmesi etkili öğretim ortamlarının oluşturulmasında önemli bir yer tutmaktadır. Çocuklar sınıfa olumsuz veya olumlu birçok davranışla gelebilmektedirler. Burada önemli olan öğretmenin olumlu davranışları yeterince destekleyip artırarak olumsuz davranışları azaltmadaki etkililiği ve bunu yaparken de bireyin psikolojik denge içinde kalmasına yardımcı olmasındaki başarısıdır.

İstenmeyen öğrenci davranışları farklı nedenlerden kaynaklanabilir. Tertemiz (2000) istenmeyen öğrenci davranışlarının nedenlerini üç grupta incelemektedir. Bunlar öğrencilerin kendilerinden, aile yaşantılarından ve öğretmenlerden kaynaklanan nedenler olarak ifade edilmektedir. Tertemiz (2000) öğrencinin kendisinden kaynaklanan istenmeyen davranışların en önemli nedenlerinden biri olarak kendilerine yönelik geliştirdikleri tutumdan söz etmektedir. Kendilerine yönelik olarak geliştirdikleri olumsuz tutumlar çevreye olumsuz davranışlar olarak aksedebilmektedir. Öğrencinin kendisine ilişkin olumsuz tutumu (kendisini sevgisiz, yetersiz görme hissi gibi olumsuz hisler) öğretmenlerin, diğer öğrencilerin, ev ortamının etkisiyle gelişebilmektedir. Bu tür problemlere karşı öğretmenin yapıcı ve yararlı davranış değiştirme ilkelerine yer veren başarılı bir yaklaşım sergilemesinin önemine dikkat çekilmektedir. Benzer şekilde Aydın (1998: 122) istenmeyen öğrenci davranışlarının ortaya çıkmasında “toplumsal çevre, aile, akran grupları gibi sınıf dışı faktörler” gibi unsurların etkili olduğunu belirtmektedir. İstenmeyen öğrenci davranışlarının nedenleri sınıf içi ve sınıf dışı etkenler olarak da gruplandırılmaktadır (Başar, 2004; Yiğit, 2010) ve bu gruplandırılmada sınıf içi istenmeyen davranışların çoğunun kaynağı olarak sınıf dışı etkenler gösterilmekle beraber sınıf dışı etkenlere öncelik verilerek sınıf içi etkenlerin denetlenebilirliğinden bahsedilmektedir (Başar, 2004). Sınıf dışı etkenler Yiğit (2010) tarafından sınıf dışı çevre, kişiler arası iletişim bozuklukları, akademik başarıdaki yetersizlik, okulda sıra dışı öğrencilerin çokluğu, fırsat eşitliğinin olmayışı ve öğretmenin tecrübesi olarak sıralanmaktadır. Sınıf içi etkenler olarak ise öğrenme ortamı, öğrencilerin öğretmene yönelik yanlış inançları, olumsuz davranış kaynağı olan diğer öğrenciler, öğretmenin öğrenci tepkisini çeken davranışlara sıklıkla başvurusu gösterilmektedir.

İstenmeyen davranışların ortaya çıkmadan önlemesi ilk aşamada başvurulmuş bir disiplin sağlama sürecidir. Etkili planlar yapmak ve öğrenci etkinliğini sağlamak, istenen davranışlar konusunda tutarlı davranmak, sınıfı sürekli kontrol altında bulundurmak ve kuralları belirlemek istenmeyen davranışı önlemeye yönelik yaklaşımlar olarak önerilmektedir (Tertemiz, 2000). Bunun dışında istenmeyen davranış ortaya çıktıktan sonra farklı tepkilerle davranış değiştirilmeye çalışılmaktadır. Turhan ve Yaraş (2013: 142)’a göre “sınıf öğretmenlerinin öğretim sürecinde göstermiş oldukları davranışlar öğrenciler üzerinde önemli

bir etkiye sahiptir". Sınıf ortamında yaşanan olaylar ve öğretmenin bu olaylar karşısında verdiği yanlış tepkiler, öğrencilerin derslere ve öğretmenlerine karşı olumsuz tutum geliştirmelerine ve bu sebeple başarısız olmalarına neden olabilmektedir (Erol vd., 2010). Bu noktada sınıfta öğrenci davranışlarının etkili bir şekilde yönetilebilmesi için farklı yaklaşımlardan söz edilebilir. Altıntaş (2016), istenmeyen davranışlara tepkisel sınıf yönetimine dayalı ya da gelişimsel sınıf yönetimine dayalı olarak yaklaşıldığını, tepkisel sınıf yönetim modelinde davranışların ödül ve ceza yoluyla kontrol altına alınmaya çalışıldığını belirtmektedir. Bu yol öğretmen denetimini daha ön planda tuttuğundan öğrencilerin öz disiplin kazanmalarını engellemektedir. Diğer taraftan gelişimsel sınıf yönetimi modelinde öğrencilerle daha iyimser bir iletişim kurulmakta ve kendi davranışlarını kendileri kontrol ederek öz disiplin kazanmaları amaçlanmaktadır. Benzer bir sınıflama geleneksel ve çağdaş yaklaşımlar olarak da tanımlanmaktadır. Ada ve İnce (2012)'ye göre geleneksel yaklaşımlarda öğrenci davranışlarının kontrolünün öğretmende olduğu düşünülmekte, ceza vb. uygulamalarda davranış bastırılmaya çalışılmakta ancak çoğu zaman olumsuz davranış karşısında neden ceza verildiği öğrenciye yeterince açıklanmamaktadır. Bu durum soruna anlık çözüm sağlamakta ancak uzun vadede çözüme götürmemektedir. Çünkü öğrenci davranışının neden cezalandırıldığını anlayamadığından başka koşullarda benzer bir davranışı sergileyebilmektedir. Çağdaş olan yaklaşımlarda ise öğretmen öğrenciye bir suçlu gibi değil, değer vererek yaklaşır. Davranışın neden yanlış olduğunu çocuğun anlaması sağlanır ve sonrasında sorunun kaynağına ulaşip karşılıklı olarak sorunun çözümüne odaklanır.

Literatürde öğretmenlerin disiplini sağlamada kullandıkları yöntemler ile ilgili olarak birçok araştırma yapılmıştır. Beden eğitimi öğretmenleri ile yapılan bir araştırmada istenmeyen öğrenci davranışları karşısında öğretmenlerin sıklıkla hakaret, aşağılayıcı ve tehdit içeren olumsuz ifadelerle başvurdukları, belirli oranda istenmedik öğrenci davranışlarına karşı tepkisiz kaldıkları belirlenmiştir (Pehlivan, 2012). İlköğretim birinci kademe düzeyinde yapılan bir diğer araştırmada (Yılmaz, 2008) öğretmenlerin genellikle adıyla seslenme stratejisinden yararlandıkları, bu tepkiyi büyük ölçüde göz teması kurma, görmezden gelme, dokunma, yüz ve el işareti yapma, fiziksel yakınlık sağlama, aniden durma gibi tepkilerin izlediği, fiziksel şiddet ve cezaya yönelmenin son derece düşük olduğu ancak duygusal bir ceza olarak azarlama tepkisinin yüksek oranda gerçekleştiği belirlenmiştir. Benzer şekilde Girmen vd. (2006) tarafından yürütülen çalışmada öğretmenlerin en çok kuralları hatırlatma tepkisini gösterdiklerini belirlemiştir. Bunun yanında soru sorma ve sesli uyarma en sık gösterilen diğer tepkilerdir. Ancak farklı olarak azarlama ve ceza tepkilerine çok az başvurdukları ve öğrencinin yakınına gelme, sessizce uyarma, göz teması kurma, görmezden gelme gibi hoşgörülü tepkileri de daha az verdikleri görülmüştür. Bunun

yanında öğretmenlerin öğrencinin neden düzeni bozucu davranışlar edindiğini sorgulamaya yönelik birebir görüşme yöntemini de sınırlı düzeyde kullandıkları belirlenmiştir. Uğurlu vd. (2014) araştırmalarında istenmeyen öğrenci davranışları karşısında öğretmenlerin en sık sözlü uyarı stratejisini, ikinci derece sıklıkta en çok davranışın nedenini araştırma stratejisini ve üçüncü derece sıklıkta en çok aile ile iletişim kurma stratejisini kullandıklarını belirlemiştir. Erdem (2016) istenmeyen öğrenci davranışları karşısında öğretmenlerin en çok davranışın yanlış olduğunu anlatma, kuralları hatırlatma, olumsuz davranışın nedenlerini araştırma yöntemlerini kullandığını, en az olarak ise fiziksel ceza verme, sınıftan çıkarma, fazla ödev verme yöntemlerini kullandıklarını belirlemiştir. Bununla birlikte Arı vd. (2016) yaptıkları araştırmada sınıfta istenmeyen davranışları önlemede öğretmenlerin sıklıkla uyarma, ceza ve eğlendirici öğretim uygulamalarını tercih ettiklerini belirlemiştir. Kılıçoğlu (2015) çalışmasında sınıf öğretmenlerinin genel anlamda, öğrencilerin kişiliklerine müdahale etmeden saygı çerçevesinde uygun yöntemleri seçerek istenmeyen davranışları söndürmeye yönelik gayret gösterdikleri yönünde sonuç bildirmektedir. Kılıçoğlu (2015)'nin araştırmasında elde ettiği sonuçlara göre öğretmenlerin en sık kullandığı stratejiler “olumlu davranış gösteren öğrenciyi örnek göstermek”, “öğrenciyi derse katmaya çalışmak”, “öğrenciyi onore eden sözlerle derse devam etmek” şeklinde sıralanmış, en az sıklıkta kullanılan stratejiler ise “öğrenciye hafifçe dokunmak”, “öğrenciye fiziksel şiddet uygulamak”, “öğrencinin yerini değiştirmek”, “öğrencinin dersi dinleyip dinlememesi ile ilgilenmeyip her hangi bir tepkide bulunmamak” şeklinde sıralanmıştır. Akgün vd. (2011)'nin okul öncesi öğretmenlerini gözlemleyerek yaptıkları çalışmada okul öncesi öğretmenlerinin sınıf içerisinde disiplini sağlamada olumsuz ifadeleri olumlu ifadelerden daha çok kullandıkları belirlenmiştir. Ayrıca, olumsuz ifadeler kullanan öğretmenlerin daha çok ön lisans mezunu oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Sadık ve Arslan (2015) öğretmenlerin uyarma ve ceza verme yöntemlerini disiplini sağlamada etkisiz bir yöntem olarak tanımlamalarına rağmen sıklıkla kullanmaya devam ettiklerini belirlemiştir. Daha etkili bulunan yöntemler ise derste değişiklik yapma, kuralları öğrencilerle birlikte belirleme ve öğrenciye sevgi gösterme olarak belirlenmiştir.

Yapılan araştırmalar istenmeyen davranışlarla baş etmeye yönelik önerileri de içermektedir. Pehlivan (2012) araştırmasında olumlu ya da olumsuz da olsa bir dönüt verilmesinin öğrencilerin derse güdülenmelerini artırdığı, ilgisiz kalmanın ise başarı güdüsünü düşürdüğü sonucuna ulaşmıştır. Bu nedenle derslerde öğretmenlerin çocuğun genel eğitimini ilgilendiren tutum ve davranışlara tepkisiz kalmamalarını, verdikleri tepkileri saygı temeline dayandırmalarını, çocuğu cesaretlendirecek türde tepkiler vermelerini önermiştir. Onur Sezer ve Özyürek (2015) sınıfta disiplin sorunlarının çözülmesinde ödül kullanımının

öğrencilerin uygunsuz davranışlarını azalttığını belirlemişlerdir. Ancak, Gündüz ve Balyer (2011) ödülün dışsal bir güdüleyici olduğunu ve öğrenmeye dair merak, ilgi, içsel motivasyon ve sebatı olumsuz etkilediğini belirtmektedirler. Bunun yanında ceza yönteminin, öğrenme ortamlarında sürekli ve olumlu bir sonuç vermediğini; cezanın öğrencileri korkutup içlerine kapanmalarına neden olduğunu; kin, öfke ve intikam hisleri beslemelerine neden olduğunu belirtmişlerdir. Uğurlu vd. (2014) ise cezanın istenmeyen davranışla baş etmede kullanılacak en son yöntem olması gerektiğini belirtmişlerdir. Nitekim Pehlivan (2012)'ın yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre öğrencilerin eğitim ortamlarında cezayı olumsuz olarak nitelendirdikleri ve bununla birlikte öğretmenlerin bir kısmının ve öğrencilerin birçoğunun disiplin kavramını da olumsuz olarak nitelendikleri çünkü ceza ile disiplini ilişkilendirdikleri görülmüştür.

Demir vd. (2012)'nin yaptığı bir çalışmada ise öğretmen adaylarının ceza uygulamalarına yönelik eğilimlerinin yüksek olduğu ve sınıf içi disiplini oluşturmada cezayı etkili bir araç olarak gördükleri belirlenmiştir. Gündüz ve Balyer (2011: 20) ödül ve cezanın geleneksel disiplin anlayışını temsil ettiğini ifade etmişler ve bu süreçlere ilişkin olarak şu tespitlerde bulunmuşlardır:

*“Günümüzde ödül ve cezaya dayalı disiplin yöntemleri önemli ölçüde geçerliliğini yitirmiştir. Her iki disiplin aracı da uzun dönemli iç disiplini geliştirmede etkili olamamıştır. Buna rağmen, çocukların yaşamları ceza ve gözdağıya da ödül ve ödül sözü verilmesi ile denetlenip yönlendirildiği sürece, onlar çocuk kalmaya tutsak edilecek, kendi davranışlarının sorumluluğunu almayı öğrenemeyecek kısacası büyüyeceklerdir”.*

Uyarma, korkutma, ceza gibi uygulamalar geçici ve kısa süreli çözümlerdir. Bunun yerine öğrencilere sorumluluk verme, olumsuz davranışları olduğunda ders sonunda bire bir görüşme, hep olumsuz davranışları görmek yerine olumlu olanları da görüp takdir etme, küçük hataları görmezden gelme, sınıfta kuralları öğrencilerle birlikte koyma, ailelerle olumlu iş birliğine gitme, rehberlik servisinden faydalanma gibi yöntemlerin daha faydalı olduğu söylenebilir (Şahin ve Arslan, 2014).

Başka bir çalışmada Sadık ve Aslan (2015) elde ettikleri sonuçlara dayalı olarak öğretmenlere sağlanacak hizmet içi eğitimlerin öğrenciyi tanımaya, öğrenci merkezli öğretim yöntem ve teknik bilgisine, sınıfta güdülenmeyi sağlamaya, aileyle iş birliği yapmaya, önleyici disipline ve öğrenciyi davranışının sorumluluğunu almaya teşvik eden disiplin stratejilerine yönelik uygulama ağırlıklı olmasının önemini belirtmektedir. Şahin ve Adıgüzelli (2015) tepki vermek yerine önleyici disiplinin öneminden hareketle sınıf içinde öğrencilerden istenmeyen davranış göstermelerini beklemek ve bu davranışlar ortaya çıktıktan sonra çözüm seçeneklerini düşünmek yerine, istenmeyen davranış

şın ortaya çıkmadan önce önlenmesi ya da etkisinin azaltılmasının daha etkili bir yöntem olacağını savunmuşlardır. Bu yönde Uğurlu vd. (2014)'nin öğretmenlerin derse hazırlıklı gelmesi yönündeki önerisi dikkate alınabilir. Derse hazırlıklı gelinmediğinde istenmeyen davranışlar ortaya çıkabilir ve bunların önlenmesi derste zaman kaybına yol açabilir. Nitekim Yılmaz (2008) yaptığı araştırmada öğrenmeye ayrılan zamanın öneminden bahsetmiş, disiplini sağlamak için harcanan zamanın kısaltılması için gerekli tedbirlerin sınıf içinde alınmasını önermiştir. Ayrıca disiplini sağlamada öğretmenin iletişim dili ve yaklaşımının çok önemli olduğu söylenebilir. Öğretmenlerin öğrencilere karşı hoşgörülü ve saygılı davranmaları, onları koşulsuz kabul etmeleri (Akgün vd., 2011; Habacı vd., 2013; Turhan ve Yaraş, 2013; Sadık ve Aslan, 2015), onlara ben diliyle hitap etmeleri (Habacı vd., 2013; Uğurlu vd., 2014; Gordon, 2015) disiplini sağlamada etkili olan olumlu nitelikte iletişim dili olarak kabul edilmektedir.

Tüm bu araştırmalar sınıf ortamında davranış değiştirmeye yönelik olarak verilen tepkilerin ve alınan önlemlerin ne derece önemli olduğunu bize göstermektedir. Bu nedenle sınıfta öğretmenlerin istenmeyen davranışların önlenmesinde kullandıkları yöntemlerin neler olduğunu belirlemek önem taşımaktadır. Literatür incelendiğinde genel olarak istenmeyen öğrenci davranışları ve bunlara verilen tepkiler üzerinde odaklanıldığı görülmektedir. Ancak verilen tepkilerin istenmeyen davranışı ortadan kaldırmada etkili olup olmadığına ilişkin yeterli sayıda araştırmaya rastlanmamaktadır. Bu araştırmada öğretmenlerin verdikleri tepkiler, aldıkları önlemler yanında bu tepkilerin ve önlemlerin etkililiğine ilişkin öğretmen görüşlerine de yer verilmiştir. Öğretmenlerin öğrencilerle olan iletişiminin yönü ve niteliği konusunda bilgi verecek olan bu araştırmanın verilen tepkilerin etkililiği konusunda da literatüre katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Özetle bu araştırma, öğretmenlerin aldıkları önlemlerin ve verdikleri tepkilerin etkililiğinin belirlenmesi ve sınıfta disiplinin sağlanmasına yönelik daha etkin stratejilerin geliştirilmesine rehberlik edecek türde veriler sağlayabilecek olması bakımından önemli görüldüğü söylenebilir. Bu nedenle bu araştırmada aşağıda yer alan araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

1. Öğretmenlerin sınıfta sıklıkla karşılaştıkları istenmeyen davranışlar nelerdir?
2. Öğretmenlerin, istenmeyen davranışların nedenleri ile ilgili görüşleri nelerdir?
3. Öğretmenler sınıflarında istenmeyen davranışların gerçekleşmemesi için ne tür önlemler almaktadırlar?
4. Öğretmenler sınıflarında istenmeyen davranışlara karşı ne tür tepkiler vermektedirler ve bu tepkilerin etkililiği konusundaki görüşleri nelerdir?

5. Öğretmenlerin istenmeyen davranışlarla baş etmeye yönelik hizmet içi eğitim ihtiyaçları var mıdır?

## YÖNTEM

### Araştırma Deseni

Bu araştırma nitel araştırma desenlerinden durum çalışması esas alınarak gerçekleştirilmiştir. Durum çalışması bir duruma ilişkin etkenlerin bütüncül bir yaklaşımla ele alındığı ve bu yolla duruma ilişkin sonuçların ortaya konulmasının amaçlandığı bir araştırma desendir (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Bu çalışmada öğretmenlerin gözlemledikleri istenmeyen öğrenci davranışları ele alınmış ve bu davranışlara yöneltilen tepkiler, tepkilerin etkililiği, alınan önlemler ve hizmet içi eğitim ihtiyacı boyutlarıyla var olan durum betimlenmeye çalışılmıştır.

### Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu 2016-2017 bahar döneminde Konya ili merkez ilçelerinde görev yapmakta olan ilkököl 3 ve 4. sınıf öğretmenleri oluşturmaktadır. Çalışma grubu amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüte dayalı örnekleme yöntemine dayalı olarak seçilmiştir. Ölçüt örnekleme yöntemi “önceden belirlenmiş bir dizi ölçütü karşılayan bütün durumların çalışması” (Yıldırım ve Şimşek, 2006) olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmada çalışmaya katılacak öğretmenlerin 3 veya 4. sınıf öğretmeni olması temel ölçüt olarak belirlenmiştir. 3 ve 4. sınıf öğretmenlerinin sınıfı ve öğrencileri daha iyi tanımaları ve belirgin bir sınıf yönetimi anlayışına sahip olabilecekleri düşünüldüğünden araştırmaya belirtilen öğretmen grubu dâhil edilmiştir. Araştırmada 15 kadın ve 5 erkek olmak üzere toplam 20 öğretmen ile görüşülmüştür. Öğretmenlerden 9 tanesi özel okullarda, 11 tanesi devlet okullarında çalışmaktadır. Öğretmenlerin kıdemleri 15 ile 43 yıl arasında değişmektedir. Öğretmenlere çalışma hakkında bilgi verilmiş ve gönüllü öğretmenlerle görüşmeler yapılmıştır. Araştırmada örnekleme çeşitliliği sağlamak amacıyla hem devlet hem de özel okul öğretmenleri ile görüşülmüş, bununla birlikte farklı okul türlerinden elde edilen verilerin karşılaştırmalı olarak incelenmesi amaçlanmamıştır.

### Veri Toplama Araçları

Araştırmada verilerin toplanmasında yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme, sorulması istenen soruların önceden hazırlandığı ancak görüşmenin akışında araştırmacıya değişiklik yapma esnekliği sağlayan ve bu yönüyle eğitimbilim alanında kullanılması oldukça uygun bir görüşme tekniğidir (Türnüklü, 2000). Araştırma sorularının oluşturulmasında ilgili literatür ve araştırmanın amacı temel alınmıştır. Ayrıca araş-



tırma soruları uzman görüşleri doğrultusunda geliştirilmiş ve üç öğretmen ile görüşme formunun denenmesi amacıyla pilot uygulama yapılmıştır. Pilot uygulama sürecinde herhangi bir sorunla karşılaşılmamıştır.

### **Verilerin Toplanması**

Verilerin toplanması 2016-2017 eğitim öğretim yılı bahar döneminde her iki araştırmacının katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler Konya İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nden gerekli resmi izinler alındıktan sonra gönüllü öğretmenlerle boş ders saatlerinde yapılmış ve öğretmenlerden izin alınarak ses kayıt cihazıyla kaydedilmiştir. Görüşmeler ortalama 20-25 dakika arasında sürmüştür.

### **Verilerin Analizi**

Araştırmada veriler içerik analizi kullanılarak analiz edilmiştir. İçerik analizinde Yıldırım ve Şimşek (2006) tarafından belirtilen dört aşama (verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi ve bulguların tanımlanması ve yorumlanması) takip edilmiştir. Veriler önceden belirlenen ana temalar çerçevesinde kodlanmıştır. Kodlama esnasında ortaya çıkan yeni kodlar listeye eklenerek kodlamalar tamamlanmıştır. Yıldırım ve Şimşek (2006) genel bir çerçeve içerisinde yapılacak olan kodlamada genel temaların önceden belirlenebileceği ve ayrıntılı kodların verilerin incelenmesi sonrasında ortaya çıkacağını ifade etmektedir. Verilerin kodlanması sürecinde iki araştırmacı birlikte çalıştığından kodlama benzerlik ve farklılıklarını gösteren kodlama güvenilirliği hesaplanmıştır. Kodlayıcılar arası güvenilirliğin elde edilmesinde Miles ve Huberman (1994) tarafından belirtilen güvenilirlik formülü (Güvenirlik = Görüş birliği / (Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı) x 100) kullanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek (2006) en az %70 düzeyinde bir güvenilirlik yüzdesinin elde edilmesi gerektiğini belirtmektedir. Bu araştırmada kodlama güvenilirlik yüzdesi 0.90 olarak bulunmuştur. Verilerin analizi ile elde edilen kodlar belirli kategoriler altında toplanarak ana temalara son şekli verilmiş ve alt temalar oluşturulmuştur. Tema, alt tema ve kodlar tablolar halinde frekans değerleri verilerek ve ayrıntılı bir biçimde sunulmuştur. Bulguların sunulmasında doğrudan alıntılarla öğretmen görüşlerine sıkça yer verilmiştir. Son aşamada bulgular araştırmacılar tarafından yorumlanarak sonuçlar elde edilmiştir.

### **Geçerlilik ve Güvenirlik**

Araştırmada inandırıcılık (iç geçerlik) sağlanabilmesi için her görüşme sonunda araştırmacılar tarafından görüşme verileri özetlenmiş ve katılımcıdan teyit etmesi istenerek katılımcı teyidi sağlanmıştır. İnandırıcılığın sağlanabilmesi için ayrıca sorularının oluşturulması, verilerin analizi ve raporlaştırma aşamaları süreçlerinde uzman görüşlerine başvurulmuştur. Aktarılabilişliğin (dış geçerlik) sağlanabilmesi için verilerin ayrıntılı olarak ve açık bir biçimde be-



timlenmesine çalışılmıştır. Ayrıca bulgular bölümünde öğretmenlerin görüşlerine doğrudan, herhangi bir değişiklik yapılmaksızın sıklıkla yer verilmiştir. Bunun yanında araştırma sürecinin her aşaması ayrıntılı olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Ayrıca araştırmada amaçlı örneklem kullanılması yoluyla dış geçerliliğin sağlanmasına katkıda bulunulmuştur. Araştırmada tutarlığın (iç güvenilirlik) sağlanması amacıyla görüşme formunun oluşturulması, toplanması ve analizi aşamalarında uzman görüşü alınmıştır. Ayrıca görüşmeler iki araştırmacının katılımıyla gerçekleştirilerek araştırmacılardan birinin yapılan görüşmelerin benzer şartlar altında gerçekleştirilebilmesinin denetlemesi sağlanmaya çalışılmıştır. Bunun dışında kodlama güvenilirliği hesaplanarak (0.90) verilerin kodlanmasında tutarlılık denetlenmeye çalışılmıştır. Teyit edilebilirlik (dış güvenilirlik) sağlanması amacıyla elde edilen tema, alt tema ve kodların ham verilerle karşılaştırması yönünde uzman görüşüne başvurulmuştur.

## **BULGULAR**

Bu bölümde her bir araştırma sorusuna ilişkin bulgular tema, alt tema ve kavramlara yer verecek şekilde tablolar halinde sunulmuştur. Bulgular ile ilgili öğretmen görüşlerinden bazıları aynen alınarak sunulmuştur.

### **Birinci Araştırma Sorusuna İlişkin Bulgular**

Birinci araştırma sorusu “Öğretmenlerin sınıfta sıklıkla karşılaştıkları istenmeyen davranışlar nelerdir?” şeklinde ifade edilmişti. Bu araştırma sorusuna ilişkin bulgular Tablo 1’de sunulmaktadır.

**Tablo 1: Öğretmenlerin Sınıflarında Sıklıkla Karşılaştıkları İstenmeyen Davranışlar**

Tema	Alt temalar	Kavramlar	f
İstenmeyen Davranışlar	Ders akışını bozma	Söz almadan konuşma	15
		Anlamsız sesler çıkarma	9
		Dikkat dağıtıcı hareketler yapma	10
		Bağırarak konuşma	5
	Derse ilgisizlik	Derse hazırlıksız gelme ve ödev yapmama	17
		Derste başka işlerle uğraşma	18
	İletişim bozuklukları	Başkasının sözünü kesme	8
		Tartışma, kavga etme, şiddet	8
		Şikâyet etme	12
		Bireysel farklılıklara ve fikirlere saygısız davranma	4
		Gruplaşma ve ayrımcılık	6
		Her şeye ağlama	2
	Diğer	Dağınıklık	3
		Sınıf ve okul kurallarını ihlal etme	4

Tablo 1’de görüldüğü gibi sınıf içerisinde öğretmenlerin istenmeyen olarak nitelendiği davranışlar incelendiğinde çoğunlukla ders akışını bozan, öğrencilerin derse ilgisizliği ve iletişim bozukluklarından kaynaklanan problemlerden bahsettikleri görülmektedir. Ders akışını bozan davranışlar içerisinde en yüksek frekansla söz almadan konuşma, dikkat dağıtıcı hareketler yapma davranışlarını belirttikleri görülmüş, ayrıca anlamsız sesler çıkarma ve bağırarak konuşma davranışları da olumsuz davranışlar olarak nitelendirilmiştir. Derse ilgisizlik ile ilgili olarak öğretmenlerin çoğunun derse hazırlık ve ödev yapmadan gelme ile ders sırasında başka işlerle meşgul olma davranışlarını olumsuz olarak belirttikleri görülmektedir. Bunun yanında öğretmenler iletişim kaynaklı birçok istenmeyen davranışı ifade etmişlerdir. Bunlar içerisinde en yüksek frekansa sahip istenmeyen davranışların şikâyet etme, başkasının sözünü kesme, tartışma, kavga ve şiddetli içerikli davranışlar olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca gruplaşma ve ayrımcılık, bireysel farklılıklara ve fikirlere saygısız davranma, her şeye ağlama davranışlarından olumsuz davranış olarak söz ettikleri görülmüştür. Bunların dışında bazı öğretmenler tarafından dağınıklık istenmeyen davranış olarak nitelendirilen diğer bir davranış türüdür.

Ö6. *İstenmeyen davranış şekillerinden sınıfta karşılaştığım çocukların kendi aralarında tartışmaya girmesi. Siz bir konu hakkında fikirlerini almak için öğrenciye söz verirsiniz. Öğrenci kendi fikrini söylerken yanındaki arkadaşının ona direk müdahale etmesi. İşte sen yanlış söylüyorsun, işte öyle değil, sen ne biliyorsun ki gibi sözel olarak*

çocuğa müdahale etmesi. Bu da tabii şeyden kaynaklanabilir. Kişisel farklılıklara saygı çerçevesinde daha o bilincin oluşmaması.

Ö18. Çocukların davranışlarının doğurabileceği sebep ve sonuçlar hakkında pek bir fikirleri yok. Yani bir kişiye ayrımcılık veya bir kişiyi aralarına almama gibi bir davranışın aslında ne anlama geldiği hakkında pek bir fikirleri olmadığından bu sonuçlar üzerinde çocukları bilgilendirmek lazım. Empati kurmak konusunda biraz yetersizler.

Ö2. Derse giriş yaptıktan ve motivasyonu sağladıktan sonra tam sessizlik sağlayıp hâkimiyet elde edip etkinliği veya çalışmayı anlatırken bir anda işte öğrencinin ayağa kalkması çöp atmak veya başka bir nedenden dolayı, anlamsız ses çıkarması, bütün ortamın sakinliğini bozması olumsuz davranıştır en çok karşılaştığımız sınıfta. Sınıf ortamında sınıf kuralları veya okul kuralları dediğimiz şeyler var ya bunlara uyum sağlamadıkları zaman özellikle birbirlerine karşı fiziksel şiddete varan etkileşimler bunlar olumsuz davranışlar olarak görüyoruz. Birazcık küfür etmeleri, birbirlerine yüksek sesle bağırmaları, klasik okul ve sınıf davranışlarına uymayan durumlar bizim için olumsuz davranışlar oluyor.

Ö4. Ders esnasında en çok sınıfın dersin bölünmesine neden olan çocuklar, gürültü eden, tuhaf sesler çıkaran, olumsuz davranışlarda bulunan çocuklar. Özellikle ders esnasındakiler en olumsuz davranışlar. Bunun haricinde de arkadaşlarının canını yakan, huzursuzluk yaratan çocuklar, bunlar zaten genellikle aynı çocuklar.

Ö3. Çocukların olur olmaz konuşması. Bu artık özgüven deniliyor da özgüven değil bu. Bu küçük yaşta da başlıyor gerçekten. Ağzı olan herkes konuşuyor yani. Doğru ya da yanlış. Hani yerine göre ve zamanına göre konuşursanız değerlidir diyorum çocuklara ama yok çok fazla aşırı derecede konuşma var. Yerli yersiz çok konuşuluyor. En fazla gerçekten yerli yersiz çok konuşma beni çok rahatsız ediyor. Sus sus sus demekten dersin bayağı bir zamanı geçiyor.

Ö13. Kurallara karşı gelme çok oluyor. Bence birinci sınıftan itibaren kurallar kademeleli olarak oluşturulmalı. Parmak kaldırmadan hemen cevabı söylemek istiyor öğrenci.

## İkinci Araştırma Sorusuna Yönelik Bulgular

İkinci araştırma sorusu “Öğretmenlerin, istenmeyen davranışların nedenleri ile ilgili görüşleri nelerdir?” şeklinde ifade edilmişti. Bu araştırma sorusuna ilişkin bulgular Tablo 2’de sunulmaktadır.

**Tablo 2:** İstenmeyen Davranışların Nedenleri ile İlgili Öğretmen Görüşleri

Tema	Alt temalar	Kavramlar	f
Nedenler	Sınıf yapısından kaynaklanan nedenler	Kalabalık sınıflar	3
		Sınıfın fiziki şartları	3
		Heterojen sınıf yapısı (özel eğitim, nakil, disleksi, diğer)	12
	Öğrencilerden kaynaklanan nedenler	Medya araçlarının aşırı kullanımı	17
		Dikkat eksikliği	5
		Duygu ve empati eksikliği	6
		Paylaşma duygusunun olmaması	6
		Kişisel farklılıklara saygının olmaması	3
		Aşırı özgüven	5
		Sorumluluk sahibi olmama	4

Öğretmenlerle yapılan görüşmeler incelendiğinde olumsuz davranışların sınıf yapısından kaynaklanan nedenler ve öğrencilerden kaynaklanan nedenler başlıkları altında toplandığı görülmektedir. Sınıf yapısından kaynaklanan nedenler içerisinde öğretmenlerin büyük bir kısmı heterojen sınıf yapısını ve bir kısmı da kalabalık sınıfları ve sınıfın fiziki şartlarını neden olarak göstermişlerdir. Heterojen sınıf yapısından kastedilenler genellikle özel eğitim gereksinimli öğrencilerin sınıfa dâhil edilmesi, nakil öğrencilerin sınıfa sonradan gelmesi, sınıfta farklı sosyoekonomik düzeyde öğrencilerin bulunması olarak belirlenmiştir. Aşağıda öğretmen görüşlerinden doğrudan alıntılara yer verilmiştir:

Ö1. *Disleksi öğrencim tek başına oturur. Rahatsızlığından dolayı dağınıklığı çok fazladır sınıfta. Derslerle pek ilgilenmez ama dersi dinlemiş olur. Özellikle matematik dersinde beni hiç dinlemez. Sürekli el işleriyle uğraşır, yap sök gibi etkinlik getirir sınıfa. Ama dersini de bir taraftan dinlemiş olur. Değişik bir çocuk!*

Ö2. *Sınıfın kalabalık olması sınıfa hâkimiyeti veya gürültü açısından biraz daha olumsuz etkiliyor. 24 veya 25 kişi olsa yeter.*

Ö8. *Sınıfımda öğrenme güçlüğü olan, hiperaktif ve üstün yetenekli diyebileceğim öğrenciler var. Bu öğrencilerin sayısı çok olunca öğretmene ekstra yük getiriyor. Bireyselleştirilmiş eğitim programları uygulanıyor.*

Ö18. *Sınıfların fiziki düzeni şu anki nesile göre ayarlanmalı bence. Sınıflar üç boyutlu dizayn edilmeli ilgilerini çekecek şekilde. Böyle normal düzende artık çocukların ilgisini çekmiyor ki.*

Öğretmenler sınıfta istenmeyen davranışlarla ilgili olarak öğrencilerden kaynaklanan bazı nedenlerden de söz etmişlerdir. Bu nedenler içerisinde medya araçlarının aşırı kullanımı en yüksek frekansa sahip neden olarak belirlenmiştir.

tir. Bunun dışında duygu ve empati eksikliği, dikkat eksikliği, paylaşma duygusunun olmaması, aşırı özgüven ve sorumluluk sahibi olmama istenmeyen davranışların diğer nedenleri arasında gösterilmiştir. Ayrıca kişisel farklılıklara saygının olmaması öğretmenler tarafından tablo 1 de görüleceği gibi hem olumsuz davranış olarak nitelendirilmiş hem de nedenler arasında gösterilmiştir. Aşağıda nedenlere ilişkin bazı öğretmen görüşleri aynen aktarılmıştır:

Ö1. ... konu hakkında fikirlerini almak için öğrenciyeye söz verirsiniz, öğrenci kendi fikrini söylerken yandaki arkadaşının ona direk müdahale etmesi, işte sen yanlış söylüyorsun böyle değil, sen ne biliyorsun ki gibi sözel olarak çocuğa müdahale etmesi, bu da tabii öğrencinin şeyden kaynaklanabilir kişisel farklılıklara saygı bilincinin oluşmaması anlamına gelebilir. ... Değerler eğitimi adı altında biz bunu yapıyoruz ama maalesef bu da yeterli bir sonuca ulaşmıyor. Sınıf içerisinde olumlu davranışlardan örnek vererek mesela çocuğun fikrini doğru veya yanlış kaygısına düşmeden söylemesi, arkadaşıyla ilgili herhangi bir eksikliğinde yardım etmesi, sınıfta sosyoekonomik durumu düşük olan öğrenci kesimi var mesela onları dışlamaması ve oyunlarına katması gibi davranışlar için eğitim için olumlu davranışlardır.

Ö8. Olumsuz davranışların en büyük nedenlerinden biri bence teknolojinin aşırı derecede öğrenciler tarafından kullanılması. Öğrenciler aşırı tablet, bilgisayar kullanıyor evde, sınırsız yani. Bundan dolayı da odaklanma problemleri, dikkat dağınıklığı oluyor öğrencilerde. O kadar çok negatif etkisi var ki. Duygu eksikliği mi desem, empati kuramama gibi yani.

Ö16. ... Şimdi artık tek çocuk çok eskisi gibi değil. Kardeş olmayınca çocuk paylaşmayı bilmiyor işte, öğrenmiyor. Okulda da öyle davranıyor. Hiçbir şeyini paylaşmak istemiyor.

Ö10. Aşırı özgüven duyan çocuklar sınıfta en çok sorun yaratıyor. Bunlar sevgisiz acımasız öğrenciler. Özgüven adına bazı öğrenciler kuralsız, düzensiz yetiştirilmesi öğrencilerde davranış problemlerine neden oluyor. Birbirlerine karşı o kadar acımasızlar ki. Yanlışı hoş görmüyorlar. Bir de ipad ve bilgisayara bağlı yetişiyorlar. Sorumluluk yüklenmeden yetişiyorlar.

### Üçüncü Araştırma Sorusuna Yönelik Bulgular

Üçüncü araştırma sorusu "Öğretmenler sınıflarında istenmeyen davranışların gerçekleşmemesi için ne tür önlemler almaktadırlar?" şeklinde ifade edilmişti. Bu araştırma sorusuna ilişkin bulgular Tablo 3'de sunulmaktadır.

**Tablo 3: Öğretmenlerin İstenmeyen Davranışlara Karşı Aldıkları Önlemler**

Tema	Alt temalar	Kavramlar	f
Alınan Önlemler	Sınıf ve okul kuralları	Öğrencilerle birlikte kuralların belirlenmesi	20
		Kuralların hatırlatılması	17
	Fiziki şartların düzenlenmesi	Yer değişikliği yapılması	12
		Öğrenme güçlüğü olanların öne alınması	3
	İletişimsel tedbirler	Öğrencilere hoşgörülü ve demokratik davranma	4
		Veli öğretmen iletişimi	18
		Rol model olma	3
	Öğretme ve öğrenme sürecinin düzenlenmesi	Rehberlik dersinde eğitim verme	8
		Yöntem çeşitliliğinin arttırılması	2
		Sınıf içinde olumlu davranışlara yönelik etkinlikler yapma	2

Öğretmenler yapılan görüşmelerde olumsuz davranışlarla karşılaşmamak için bazı önlemler aldıklarını belirtmişlerdir. Bu önlemlerin sınıf ve okul kuralları, fiziki şartların düzenlenmesi, iletişimsel tedbirler, öğretme ve öğrenme sürecinin düzenlenmesi başlıkları altında yer aldığı görülmektedir. Buna göre sınıf ve okul kuralları ile ilgili olarak görüşülen öğretmenlerin tümünün öğrencilerle birlikte sene başında kuralların oluşturulması sürecinde yer aldıkları belirlenmiştir. Ayrıca öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu oluşturulan bu kuralları öğrencilere zaman zaman hatırlattıklarını belirtmişlerdir. Örnek öğretmen görüşlerinden doğrudan alıntılar aşağıda sunulmuştur:

Ö19. *Sene başında biz öğrencilerle beraber sekiz tane kural belirledik. Tek tek belirleyip yazdık. Bütün öğrencilere imzalatırdım. Dosyamda duruyor hala. Unuttukları zaman çıkarıp şöyle bir beş dakika okutturuyorum. Siz söz vermiştiniz bakın burada imzanız var, buna uymanız lazım diyorum. Hatta kapının arkasında da asılı. İşte ben ders anlatırken şöyle bir uğultu olduğunda çıkarıyorum. Kaçınıcı kuralı ihlal ettiniz diye soruyorum, öğretmenim dördüncü kuralı ihlal ettik diyorlar. Sürekli bir bağırıp çağırma değil de onların bu işin içerisinde olduğunu ve söz verdiklerini sürekli hatırlatmak faydalı oluyor. Bu da bir yere kadar faydalı oluyor.*

Ö6. *Kuralları öğrencilerle beraber ortak hazırlıyoruz. Arkadaşlar nasıl yapalım diyorum. Uymadıkları zaman diyorum bakın siz hazırladınız diyorum.*

Ö8. *Sınıf kuralları ilk başta oluşturuluyor. Sonradan sınıfa nakil gelen öğrencilerle çok sıkıntı yaşıyoruz. Birinci sınıftan itibaren devam eden öğrenciler daha uyumlu oluyor ve bence kurallara daha çok uyuyor. Nakil gelenlerle hep çok uğraşıyoruz. Diğer çocukları da etkiliyorlar hatta çok sıkıntı oluyor.*

Öğretmenler tarafından alınan diğer önlemler arasında fiziki şartların düzenlenmesi yer almaktadır. Öğretmenlerin büyük bir kısmı olumsuz öğrenci

davranışlarını önlemek için fiziki şartların düzenlenmesini bir önlem olarak ifade etmektedirler. Fiziki şartların değiştirilmesi kapsamında büyük oranda öğrencilerin yer değişikliğinin yapıldığı belirlenmiştir. Ayrıca öğrenme güçlüğü olan öğrencilerin ön sıralara alınması diğer bir önlem olarak belirtilmiştir.

*Ö20. Sınıf içerisinde sıkıntı çıkaran öğrencilerin yerlerini değiştiriyorum. Özellikle öğrenme güçlüğü olan öğrencileri ön sıralara alıyorum. Çok etkili oluyor bu. Zaten çocuk sıkıntılı, bir de arkaya oturunca iyice kopup gidiyor. Yer değişikliği işe yarıyor gerçekten. Bir de şey yapıyorum. Durumu zayıf öğrenciyi durumu iyi öğrenciyle oturtmaya çalışıyorum bir şeyler kapsın ondan diye.*

*Ö4. Sıra değiştirme yapıyorum. İdareye hiç göndermedim bugüne kadar ben ama bunu yapan arkadaşlar var. Ama hepsinin süresi çok kısa, kısa süreli çözümler bunlar.*

Öğretmenlerin öğrencilerin olumsuz davranışlarını önlemek adına iletişimsel olarak bazı tedbirler aldıkları görülmektedir. Bu tedbirler içerisinde frekansı en yüksek tedbir olarak veli öğretmen iletişimi gelmektedir. Bunun dışında öğrencilere hoşgörülü ve demokratik davranma, rol model olma, rehberlik dersinde eğitim verme alınan diğer önemler olarak ifade edilmiştir. Aşağıda bazı öğretmen görüşlerine yer verilmiştir:

*Ö9. Duvara tırmanma gibi olumsuz davranış sergileyen öğrenciler var. En önemlisi bence veliyle iş birliği yapmak. Veliyle iş birliği yapınca her şey daha kolay oluyor. Çocuğu aileyle beraber bütün olarak tanıyarak daha iyi. Bazı öğrencilerde daha uzun zaman gerekiyor. Hakaret ve şiddete asla başvurmuyorum. Sevgi ve şefkatle yaklaşmaya çalışıyorum. Dinleyerek, her iki tarafı dinleyerek suçlamadan tarafsız gözle güvenlerini kazanarak çözmeye çalışıyorum. Öğretim yanında eğitime de önem vererek yani. Tavsiyeler veriyorum. Basit bir meseleyi bile görmezden gelmeden. Görmezden gelmeden o anda çözmeye çalışıyorum. Kaba bir şekilde bilgiyi istediğinde arkadaşından uyarıyorum, teşekkür etmek gibi mesela.*

*Ö10. Öğrencilere sınıf içerisinde adaletli, eşit davranmak çok önemli. Başkan seçiminde, sırada oturmak mesela, her hafta yer değiştiriyorlar sırayla. Dönüşümlü oturma- nın daha adil olduğunu düşünüyorum. Adaletli davranmaya çalışıyorum. Öğrenciler özgürce düşüncelerini açıklayabilirler mesela. Tabi bunların dışında veli desteği çok ama çok önemli.*

*Ö12. Mutlaka kurallar koyulmalı. Güncel hayattan örnekler vererek, kendi yaşantısından örnekler vererek. Sert tepki işe yaramaz. Bakışlarını dahi eşit dağıtamazsan çocuk onu hemen hisseder. Çocuk seni severse düşünce ve duygularını da benimser. Duruşu- nuz kararlı olmalı önce. Motive ederek olumsuz davranışlar engellenebilir. Sözel ikna kullanarak, sevgi dolu sözler söyleyerek.*

Alınan önlemler arasında öğretmen tarafından öğretme-öğrenme sürecinin düzenlemesi de yer almaktadır. Öğretmenler öğretme öğrenme süreci kapsa-



munda yöntemlerin çeşitlendirilmesini bir önlem olarak belirtmişlerdir. Ayrıca diğer bir önlem olarak sınıf içinde olumlu davranışlara yönelik etkinliklerin yapılması gelmektedir.

Ö1. *Disiplin sorunlarıyla karşılaştığımda geçen şey yaptım. Herkese birer kâğıt verdim ve buruşturup benim masama koyun dedim. Masamın üstünde 42 tane a4 kâğıdı buruşmuş olarak duruyordu. Şu an masa sınıf, sizin konuştuğunuz her kelime bir kâğıt ve bu masa kirleniyor dedim. Çocuklara bu şekilde somut şeylerle örnekendirip anlatırsak daha iyi oluyor.*

Ö14. *Öfke kontrolü ile ilgili strateji öğretimi yapıyorum rehberlik saatinde. Bu da öğrencilere yol gösteriyor. Tavsiyelerde bulunuyorum böylece.*

Ö18. *Grup çalışması yaptırıyorum. Grup çalışması dikkat dağınıklığı olan öğrencilerde etkili oluyor.... Bireysel eğitime ve grup çalışmalarına önem verilmeli. Her öğrenciye en az iki dakika ayrılmalı bence...*

#### Dördüncü Araştırma Sorusuna Yönelik Bulgular

Dördüncü araştırma sorusu “Öğretmenler sınıflarında istenmeyen davranışlara karşı ne tür tepkiler vermektedirler ve bu tepkilerin etkililiği konusundaki görüşleri nelerdir?” şeklinde ifade edilmişti. Bu araştırma sorusuna ilişkin bulgular Tablo 4’de sunulmaktadır.

**Tablo 4:** Öğretmenlerin İstenmeyen Davranışlara Verdikleri Tepkiler ve Tepkilerin Etkililiği

Tema	Kavramlar	Frekans Değerleri		
		Toplam	Etkili	Etkili değil
Verilen tepkiler ve etkililik	Yüz yüze konuşma	12	8	4
	Yüksek sesle kızma	15	0	15
	Ceza verme	16	4	12
	Derste sözle uyarma	20	2	18
	Göz teması ve mimiklerle uyarma	15	4	11
	Görmezden gelme	4	0	4
	Veli iş birliği	10	8	2
	Ders içi etkinlik	4	2	2
	Sınıfta dolaşma	2	2	0
	Sevgi ve şefkat gösterme	4	4	0
	Kurallara uyunca ödül verme	12	9	3
	Rehberlik servisinden destek	8	4	4

Öğretmenlerin olumsuz öğrenci davranışlarına yönelik göstermiş oldukları tepkiler ve bu tepkilerin etkililiği konusunda görüşleri incelendiğinde tüm öğretmenlerin derslerinde öğrencileri sözlü olarak uyardıkları belirlenmiş ancak

öğretmenlerin büyük kısmının bu tepkinin olumsuz davranışı önlemede etkili olmadığını belirttikleri görülmüştür. Bunun dışında öğretmenlerin çoğunluğunun ceza verme, göz teması ve mimiklerle uyarma, yüksek sesle kızma, yüz yüze konuşma ve ödül verme tepkilerini gösterdikleri belirlenmiştir. Bunların arasında yüz yüze konuşma ve ödül vermeye ilişkin olarak bu tepkileri veren öğretmenlerin birçoğu tarafından etkili olarak nitelendirildiği görülmüştür. Yüksek sesle kızma, ceza verme, göz teması ve mimik kullanma tepkilerinin etkili olmadığına ilişkin görüşler daha fazladır. Ayrıca görüşülen öğretmenlerin yarısı veli işbirliği yoluna gittiklerini belirtmişler ve olumsuz davranışları önlemede etkili olduğunu belirtmişlerdir. Olumsuz davranışlara ilişkin verilen diğer tepkiler ise görmezden gelme, ders içi etkinlik yapma, sınıfta dolaşma, sevgi ve şefkat gösterme, rehberlik servisine başvurma olarak belirlenmiştir. Bu tepkilerin arasında görmezden gelme tepkisinin etkili olmadığı bu tepkiyi veren tüm öğretmenler tarafından ifade edilirken, diğer tepkilere ilişkin olarak olumlu ve olumsuz tepkiler mevcuttur. Aşağıda bu kapsamda bazı öğretmenlerin görüşlerine yer verilmiştir.

Ö1. ... Böyle durumlarda iki tarafı da çağırıyorum. Karşı tarafa fiziksel baskı kuran çocuğa diyorum ki ben şimdi senden güçlüyüm. Ben sana şu anda istemediğin bir şey yapabilir miyim yapamaz mıyım? Senin arkadaşlarına uyguladığını ben sana uygulayabilirim. Sen bana bir şey yapabilir misin, hayır diyor o zaman diyorum ki arkadaşını düşündüğün zaman o da sana bir şey yapamıyor. Senin güçlü olman onu ezebilmen anlamına gelmemesi lazım. Tam tersine onu daha çok koruman lazım diyorum. Öfke kontrolüyle ilgili rehberlik saatlerinde sakın olmaları en azından ona kadar saymaları, öfkemiz geçmediğinde orayı terk etmeniz, size biri fiziksel şiddet uyguladığında aynı şekilde tepki vermemeniz, nöbetçi öğretmen veya öğretmeni bulmanız gibi tavsiyelerle yol göstermeye çalışıyorum. Bu da etkili oluyor mu? İki üç dört kez tekrarlandığında tabii etkisini gösteriyor.

Ö11. Sınıfta olumsuz davranış sergileyen öğrenciyle göz göze gelirim. Sonra rahatsız olur zaten. Kendini biraz toparlıyor. O şekilde etkili oluyor.

Ö2. Benim en çok yaptığım şey birebir konuşmak çocukla. Uzun uzun konuşmak. Bir daha ki sefere takip etmek. İyi gidiyorsun, aferin bak işe yaradı şeklinde şeyler söylemek. Bunun işe yaradığı durumlar oluyor. O zamanlarda önce bir veliyle görüşüyoruz, böyle bir problem yaşadığımızı söylüyoruz, evde bir sıkıntı mı var ne var öğrenmeye çalışıyoruz. Veliden bir dönüt alırsak gerçekten sıkıntı varsa bunu çözebilir miyiz veya çocuğun durumuna daha bir anlayışla yaklaşıyoruz o zaman. Şiddete varan sıkıntı yaşanırsa veli, okul idaresi, rehber öğretmenimiz filan toparlanıp çözüm üretmeye çalışıyoruz. ...Veliyle şöyle görüşmek işe yarıyor. Çocuğunu alsın, şiddet uygulamasın, dövsün değil de; çocukta böyle bir sıkıntıya rastlıyoruz, evle ilgili bir durum var mı, altında başka bir şey yatabilir bunu öğrenmeye çalışıyoruz. Çok da işe yarıyor.

Veli de derliyor toparlıyor kendini. Çocuğuna karşı bakış açısı değişiyor. Bir de veli biz onunla konuşunca arkasını aramaya başlıyor, değişiklik var mı, düzeldi mi hocam diye o şekilde işe yarıyor.

Ö12. Bağırarak çok etkisiz. Ben kendi açımdan fiziksel teması karşıyım, dayaktır şudur budur hiçbir zaman işe yaramaz. Yaramamıştır da. Geçici çözümdür. Hatta şu aralar yüksek sesle bağırdığımda hiç işe yaramadığını düşündüm bunun da gereksiz bir tepki olduğunu. Daha sesimi alçaltarak, daha sabırlı, bire bir yaklaşımla çözebileceğimi anladım. Ben ne kadar sesimi yükseltiyorsam sınıfın da volümü o kadar yükseliyor çünkü. Bunu daha iyi anladım yani.

Ö16. Konuşuyorum. Aileyle konuşuyorum. Mecburen ne deyim mesela bedene çıkacaksa çıkartmıyorum ceza olarak. Yani yapılacak etkinlikten onu mahrum bırakıyorum ki acaba anlar mı ki diye. Pek etkili de olmuyor. O an etkili oluyor sonra ertesi gün yine tekrar ediyor çocuk. Çünkü bu ailede devam ediyor. Anneyle konuşuyorum. Baba beni akşam evde dövdü diyor. Çocuk evde onu görüyor zaten.

Ö4. Yani gerçekten uyarı yetmiyor bu çocuklara. Beş dakika en fazla on dakika sonra çocuk yine aynı şeyi yapıyor. Hakikaten bu tıbbi bir problem midir, yani psikolojik bir problem midir yani sürekli aynı çocuk aynı şeyi tekrarlıyor. Zaman zaman yapma diyorum, zaman zaman bakışımızla uyarıyoruz. Zaman zaman yanına kadar gidip ona yönelip sesimi ona döndürüp ders anlatımında çünkü zaten dersi o bölüyor ben bölmek istemediğim için hani artık ne gerekiyorsa yani. Tabi sözle uyarı da oluyor ama bakışla bir davranışla hareketle, yani yürüyüp onun yanına kadar adımlayıp orda biraz bekleyip ondan sonra derse tekrar devam ediyorum. Ama bunlar yetmiyor yine yapıyor. Yani davranış bozukluğu olsa gerek.

Ö5. Öyle bir durumda büyük bir sabırla işte konuşuyorum. Yanındaki arkadaşımı çok seviyor bak işte yanındaki arkadaşına çok zarar veriyorsun sizi ayırırım diyorum. Yapacağım başka bir şey yok, arkadaşımı sevdiği için susuyorum. O şekilde yani tehdit ediyoruz. Konuştuğun zaman ayırırım diyorum. Biraz işe yarıyor. ... Arkadaşıyla tehdit ediyorum işte en fazla onu yapıyorum. Arkadaşı da biliyor şaka yaptığımı. ... Sürekli susun durun diye aynı hataya düşmek istemiyorum da. Konuşuyorum. Bazen rehberlik dersinde filan susun dersi iyi dinleyin diye konuşuyorum. Şimdi ben üzülüyorum dinlemediğinizde. Bir sınava girince ama siz üzülürsünüz diyorum. Özel olarak yapacak bir şey yok.

Ö2. ... Birinci ikinci ve üçüncü sınıfta sık sık yıldız takma, sticker yani yapıştırma gibi hediyelerle çözmeye çalıştık. Şimdiyse işte bu davranışın nedenini, sonucunu olmadan önce sürekli konuşarak hallediyoruz. ... Bu yaş grubunda illaki yaşanıyor. İlla ki birbirleriyle bir kavga sürüşme yaşanıyor. Yani bunu sığırma indirebileceğimizi ben zannetmiyorum. Robot gibi bir sınıf oluşturamayız. Çocuğun olduğu ortamda bana göre illa ki olacak. Bunu fiziksel şiddete neden olmadan ufak tefek olacak. Olağan şeyler böyle görüyorum ben.

Ö15.... sınıf önünde azarlamak asla işe yaramıyor, sembollerle pekiştireç kullanılıyor, yerinde kullanıldığında işe yarıyor. Ödül cezadan daha önemli ama sürekli ödülleri değiştirmek zorundasınız.

### Beşinci Araştırma Sorusuna Yönelik Bulgular

Beşinci araştırma sorusu “Öğretmenlerin istenmeyen davranışlarla baş etmeye yönelik hizmet içi eğitim ihtiyaçları var mıdır?” şeklinde ifade edilmişti. Bu araştırma sorusuna ilişkin bulgular Tablo 5’de sunulmaktadır.

**Tablo 5:** İstenmeyen Davranışlarla Baş Etmeye Yönelik Hizmet İçi Eğitim İhtiyacı

Hizmet İçi Eğitim İhtiyacı	f
Hizmet içi eğitim almak isterim	4
Hizmet içi eğitim yetersiz	10
Hizmet içi eğitim almak istemem	6

Öğretmenlere sınıfta olumsuz davranışlarla baş etme konusunda “Hizmet içi eğitim almak ister misiniz?” sorusu yöneltilmiş ve verilen cevaplar tablodaki gibi gruplanmıştır. Öğretmenlerin verdikleri cevaplara bakıldığında öğretmenlerin bir kısmının bu konuda istiyorum ya da istemiyorum şeklinde net bir yanıt verdikleri gözlenmiştir. Ancak öğretmenlerin büyük bir kısmının hizmet içi eğitim isteyip yararlanamadığı ya da hizmet içi eğitimden yararlanamadığı için hizmet içi eğitim istemediği belirlenmiştir. Hizmet içi eğitimi yetersiz bulan öğretmen sayısı oldukça fazladır. Öğretmenlerin bu konudaki görüşleri aşağıda aynen aktarılmıştır:

Ö2. Vallahi ben öğretmen olarak her zaman hizmet içi eğitime ihtiyaç duyuyoruz. Öfke kontrolü gibi, değişik teknikleri öğrenebileceğimiz bir eğitim güzel olur.

Ö3. Ben rehberlik hocalarıyla filan da sık sık görüşüyorum. Bir de ben böyle Milli Eğitimin öğrenme güçlüğü olan çocuklara nasıl yaklaşılmalı, çünkü biz bilmiyoruz eğitimini almadık yani, onla ilgili filan da kurlara gittim. Ay inanın kurlar da hiç hep yani akademik mi deniliyor öyle istemiyorum ben. Bana bir videoyu izleteceksin, şöyle bir çocuk vardı şöyle yapacaksın ben öyle istiyorum yani. Hatta kursta da kalktım itiraz ettim. Ben buraya çok istekle geldim çünkü benim böyle öğrencilerim var. Ben onlara nasıl yaklaşacağımı öğrenmek istiyorum dedim. Oda dedi ki hocam ben de görevliyim bana verileni anlatıyorum, ona da bir şey diyemeyiz ama ben dedim çok hayal kırıklığına uğradım. Yani açıyor anlatıyor ben öyle istemiyorum ki. Videolarla anlatım istiyorum. Şöyle bir çocuk vardı şöyle yaptı şu oldu. Öyle yok yani. Teorik bilgiden ben hiçbir şey anlamıyorum. ... Biz uygulama istiyoruz yani uygulama yok.

Ö4. Hizmet içi eğitimlerde şöyle bir sorun var. Ben şöyle bir sunumdan hiç haz etmiyorum öğretmen camiası adına konuşuyorum. Yani oraya slaytı yükle oradan oku. Ya da bana kupkuru bilgi ver. Teorik bir de onu ben de okurum. Bana mesela bir uygulamayla gel. Bence bu sunumlar yetkin insanlara verilmiyor. Mesela bir dönem televizyondan ünlü hocalardan seminer verilmişti. Anlatımları da çok şey ifade ediyor. Ben uygulamaya dönük hatta canlandırılmalı etkinlik olan şeyler daha faydalı. Artık hizmet içi eğitim almak hiç istemiyorum. Yani özel olursa istiyorum. Uygulama varsa istiyorum. Veya geliyor şöyle şöyle sorunlar var diyor ben zaten biliyorum sorunu sen çözüme yönelik bir sunum yap. Yani böyle.

Ö8. Hizmet içi eğitimlerin pek bir faydası olmuyor bence. Yetersiz kalıyor. Teorik bilgi anlatılıyor da anlatılıyor. Bence Türkiye'ye özgü bizim kültürel yapımıza uygun uygulamalarla eğitim verilmeli. Yoksa başka ülkeye göre hazırlanmış şeyler bir işimize yaramıyor ki.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Öğretmenin dersi etkili olarak işlenmesini ve eğitsel amaçların gerçekleşmesini engelleyen ve sınıftaki diğer öğrencileri olumsuz etkileyen davranışlar istenmeyen davranışlar olarak nitelendirilmektedir (Başar, 2004). Bu araştırma kapsamında sınıf içerisinde öğretmenlerin istenmeyen olarak nitelediği davranışlar incelendiğinde çoğunlukla ders akışını bozan, öğrencilerin derse ilgisizliği ve iletişim bozukluklarından kaynaklanan problemlerden bahsettikleri görülmektedir. Ders akışını bozan davranışlar içerisinde en yüksek frekansla söz almadan konuşma, dikkat dağıtıcı hareketler yapma davranışlarını belirttikleri görülmüş, ayrıca anlamsız sesler çıkarma ve bağırarak konuşma davranışları da bu kapsamda ifade edilmiştir. Derse ilgisizlik ile ilgili olarak öğretmenlerin büyük bir kısmının derse hazırlık ve ödev yapmadan gelme ile ders sırasında başka işlerle meşgul olma davranışlarını olumsuz olarak niteledikleri belirlenmiştir. Bunun yanında öğretmenler iletişimden kaynaklı birçok istenmeyen davranış ile karşılaştıklarını ifade etmişlerdir. Bunlar içerisinde en yüksek frekansa sahip istenmeyen davranışların şikâyet etme, başkasının sözünü kesme, tartışma, kavga ve şiddet içerikli davranışlar olduğu belirtilmektedir. Bunların yanında öğretmenlerin gruplaşma ve ayrımcılık, bireysel farklılıklara ve fikirlere saygısız davranma, her şeye ağlama davranışlarından olumsuz davranış olarak söz ettikleri görülmüştür. Bunların dışında bazı öğretmenler, dağınıklık ile sınıf ve okul kurallarını ihlal etmeyi istenmeyen davranış olarak nitelendirmişlerdir.

Öğretmen görüşleri incelendiğinde olumsuz davranışların sınıf yapısından kaynaklanan nedenler, öğrencilerden kaynaklanan nedenler, aileden kaynaklanan nedenler ve değerler eğitimi ile ilgili nedenler başlıkları altında toplandığı görülmektedir. Alan yazında da benzer bir gruplamanın olduğu görülmek-

tedir. Aydın (1998: 122) istenmeyen öğrenci davranışlarının ortaya çıkmasında “toplumsal çevre, aile, akran grupları gibi sınıf dışı faktörler” gibi unsurların etkili olduğunu belirtmektedir. Başar (2004) sınıf içi istenmeyen davranışların çoğunun kaynağı olarak sınıf dışı etkenleri göstermekte ve sınıf dışı etkenlere öncelik verilerek sınıf içi etkenlerin denetlenmesi gerektiğini belirtmektedir.

Sınıf yapısından kaynaklanan nedenler içerisinde öğretmenlerin büyük bir kısmı heterojen sınıf yapısını ve bir kısmı da kalabalık sınıfları ve sınıfın fiziki şartlarını neden olarak göstermişlerdir. Heterojen sınıf yapısından kastedilenler genellikle özel eğitim gereksinimli öğrencilerin sınıfa yer alması, öğrencilerin sınıfa nakil ile sonradan gelmesi, sınıfta farklı sosyoekonomik düzeyde öğrencilerin bulunması olarak belirlenmiştir. Yiğit (2010)'in “sıra dışı öğrencilerin” çokluğunu istenmeyen davranışları artırıcı etkenler arasında göstermesi bu bulguyu destekler niteliktedir. Bu çalışmada öğretmenlerle yapılan görüşmelerde özel eğitim gereksinimli öğrencilerin sınıf içerisinde istenmeyen davranışa neden olan bir unsur olarak görülmesinin ana nedenlerinden biri öğretmenlerin bu tür öğrencilere karşı nasıl bir yaklaşım sergileyeceklerini tam olarak bilmemeleri olabilir. Nitekim hizmet içi eğitim ihtiyacına yönelik öğretmen görüşlerinde bu tür öğrencilerle ilgili bir eğitim gereksiniminden söz ettikleri görülmektedir. Güner (2011) kaynaştırma sınıflarında çalışan sınıf öğretmenleri ile ilgili yaptığı çalışmada öğretmenlerin sınıf yönetimi konusunda oldukça sınırlı düzeyde bir eğitime sahip olduklarını belirlemiştir. Ceylan ve Yıkmaş (2017) ise benzer şekilde kaynaştırma öğrencileri bulunan sınıf öğretmenlerinin istenmeyen davranışlara yönelik olarak, “farklı pekiştirme tür ve tarifelerinden yararlandıklarını, fakat bilimsel dayanaklara dayanan herhangi bir stratejiyi sistematik bir şekilde uygulayamadıklarını” belirlemiştir. Araştırmalarda eğitim fakültelerinde sınıf yönetimi adı altında işlenen derslerin yeniden ele alınması ve hem alanda çalışan hem de aday öğretmenlerin sınıf yönetimi becerilerinin iyileştirilmesi önerilmiştir. Bu çalışmada heterojen sınıf yapısı yanında sınıfın fiziki koşulları da istenmeyen öğrenci davranışlarına neden olan bir unsur olarak gösterilmiştir. Karaçali (2006) sınıfın yönetimi ve fiziki değişkenlerin öğrenci öğrenmesi üzerinde önemli bir unsur olduğunu belirtmiş ve olumlu fiziksel özelliklerin sağlanması için çeşitli önerilerde bulunmuştur.

Öğretmenler sınıfta istenmeyen davranışlarla ilgili olarak öğrencilerden kaynaklanan bazı nedenlerden de söz etmişlerdir. Bu nedenler içerisinde medya araçlarının aşırı kullanımı en yüksek frekansa sahip neden olarak belirlenmiştir. Radyo ve televizyon üst kurulu (RTÜK, 2013) tarafından çocukların medya kullanma alışkanlıkları üzerine yapılan bir çalışmada öğrencilerin en fazla önem verdikleri iletişim araçlarının kitap, gazete ve dergi olduğu ve bunu sırasıyla internet, bilgisayar/tablet, cep telefonu ve televizyonun izlediği belir-



lenmiş fakat öğrencilerin gün içinde en fazla cep telefonuna zaman ayırdıkları, bunu sırasıyla televizyon, internet, internet dışında bilgisayar/tablet ve son olarak kitap, gazete ve dergi okumanın izlediği belirlenmiştir. Bu durumda öğrencilerin iletişim araçlarına önem verme düzeyleri ile kullanma süreleri arasında paralellik olmadığı tespit edilmiştir. Daha küçük yaş grubunda Gündoğdu vd. (2016) tarafından yapılan çalışmada çocukların gün içinde gereğinden fazla teknolojik aletlerle vakit geçirdikleri belirlenmiş ve bu sürecin gelişimlerinde olumsuzluklara neden olabileceği belirtilmiştir. Kuşkusuz çocukların eğitiminde aile büyük bir öneme sahiptir. Bu nedenle çocukların evdeki eğitim yaşantıları okuldaki davranışlarını büyük ölçüde etkilemektedir. Sadık (2002) tarafından yapılan bir çalışmada öğretmenlerin, öğrencilerin sınıf içindeki problemleri görülen davranışlarından önemli ölçüde aileyi sorumlu tuttıkları belirlenmiştir. Sadık (2002), aile ve çocuk arasındaki kaçınılmaz etkileşim ve ailenin çocuk üzerinde büyük sorumluluğunun olmasının öğretmeni istenmeyen davranışların en önemli nedenlerinden biri olarak aileyi sorumlu tutmaya yönelttiğini belirtmektedir. Bunun dışında duygu ve empati eksikliği, dikkat eksikliği, paylaşma duygusunun olmaması, aşırı özgüven ve sorumluluk sahibi olmama istenmeyen davranışların diğer nedenleri arasında gösterilmiştir. Ayrıca kişisel farklılıklara saygının olmaması öğretmenler tarafından hem olumsuz davranış olarak nitelendirilmiş hem de nedenler arasında gösterilmiştir. Bal (2005) tarafından yapılan bir çalışmada ise disiplin problemlerine neden olarak en sık ailelerin ilgisizliği, olumsuz davranış ve tutumları, televizyon ve diğer medya araçlarında sergilenen şiddet olayları gösterilmiştir. Ailelerin olumsuz davranışlarının ve çocuk eğitimindeki yetersizliklerinin sınıf içi disiplini etkilemesi beklenen bir sonuçtur. Nitekim kişiler arası çatışmaların, şiddet içeren davranışların sergilendiği bir ailede çoğunlukla benzer özellikte bireylerin yetişmesi muhtemeldir. Senemoğlu (2013), Bandura'nın Sosyal Öğrenme Kuramı kapsamında okulöncesi ve ilkököl çağındaki çocukların genellikle anne, baba ve öğretmen gibi yetişkinleri model aldıklarını ve olumlu davranış modellerinin çocuğa olumlu davranış örüntüleri kazandıracaklarını ancak bunun tam tersi olarak çocuğun olumsuz yetişkin davranışlarını da model alabileceğini belirtmektedir. Bu durumda öğretmenlerin ailelerin etkisini göz önünde bulundurmaları, bunun yanında kendilerinin de ilkököl döneminde çocuklar üzerinde etkileyici bir model olduklarının bilincinde olmaları olumlu davranışların kazanılmasında sınıfta daha etkili bir alt yapı oluşturabilir.

Bu araştırma kapsamında gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda öğretmenlerin olumsuz davranışlarla karşılaşmamak için bazı önlemler aldıkları belirlenmiştir. Bu önlemlerin sınıf ve okul kurallarının oluşturulması, fiziki şartların düzenlenmesi, iletişimsel tedbirler, öğretme ve öğrenme sürecinin düzenlenmesi başlıkları altında yer aldığı görülmektedir. Buna göre sınıf ve okul ku-



ralları ile ilgili olarak görüşülen öğretmenlerin tümünün öğrencilerle birlikte sene başında kuralların oluşturulması sürecinde yer aldıkları belirlenmiştir. Ayrıca öğretmenlerin büyük bir çoğunluğu oluşturulan bu kuralları öğrencilere zaman zaman hatırlattıklarını belirtmişlerdir. Yapılan bazı araştırmalarda (Girmen vd., 2006; Erdem, 2016) benzer şekilde öğretmenlerin kuralları hatırlatma tepkisini sıklıkla gösterdikleri belirlenmiştir. Bu bulgu, eğitsel açıdan olumlu bir bulgu olarak nitelendirilebilir. Zira kuralları belirleme literatürde (Tertemiz, 2000; Başar, 2004; Şahin ve Arslan, 2014; Sadık ve Arslan, 2015) en sık sözü edilen ve önerilen yaklaşımlardan biridir. Öğretmenler tarafından alınan diğer önlemler arasında fiziki şartların düzenlenmesi yer almaktadır. Öğretmenlerin büyük bir kısmı olumsuz öğrenci davranışlarını önlemek için fiziki şartların düzenlenmesini bir önlem olarak ifade etmektedirler. Fiziki şartların değiştirilmesi kapsamında büyük oranda yer değişikliğinin yapıldığı belirlenmiştir. Ayrıca öğrenme güçlüğü olan öğrencilerin ön sıralara alınması diğer bir önlem olarak belirtilmiştir. Eğitim ortamlarının fiziksel yapısı ve koşulları denilince akla pek çok unsur gelmektedir. Ancak genel anlamda eğitimde tüm fiziksel koşullar öğrenmeyi önemli ölçüde etkileyen hususlardan biridir (Al Şensoy ve Sağsöz, 2015). Öğretmenlerin öğrencilerin olumsuz davranışlarını önlemek adına iletişimsel olarak bazı tedbirler aldıkları görülmektedir. Bu tedbirler içerisinde frekansı en yüksek tedbir olarak veli öğretmen iletişimi gelmektedir. Bunun dışında öğrencilere hoşgörülü ve demokratik davranma, rol model olma, rehberlik dersinde eğitim verme alınan diğer önemler olarak ifade edilmiştir. Alınan önlemler arasında öğretmen tarafından öğretme-öğrenme sürecinin düzenlenmesi de yer almaktadır. Öğretmenler, öğretme öğrenme süreci kapsamında yöntemlerin çeşitlendirilmesini bir önlem olarak belirtmişlerdir. Ayrıca diğer bir önlem olarak sınıf içinde olumlu davranışlara yönelik etkinlikler gelmektedir.

Öğretmenlerin olumsuz öğrenci davranışlarına yönelik göstermiş oldukları tepkiler ve bu tepkilerin etkililiği konusunda görüşleri incelendiğinde tüm öğretmenlerin derslerinde öğrencileri sözlü olarak uyardıkları belirlenmiş ancak öğretmenlerin büyük kısmının bu tepkinin olumsuz davranışı önlemede etkili olmadığını belirttikleri görülmüştür. Bunun dışında öğretmenlerin çoğunluğunun ceza verme, göz teması ve mimiklerle uyarma, yüksek sesle kızma, yüz yüze konuşma ve ödül verme tepkilerini gösterdikleri belirlenmiştir. Bunların arasında yüz yüze konuşma ve ödül vermeye ilişkin olarak bu tepkileri veren öğretmenlerin birçoğu tarafından etkili olarak nitelendirildiği görülmüştür. Yüksek sesle kızma, ceza verme, göz teması ve mimik kullanma tepkilerinin etkili olmadığına ilişkin görüşlerin daha fazla olduğu görülmüştür. Ayrıca görüşülen öğretmenlerin yarısı veli işbirliği yoluna gittiklerini ifade etmişler ve olumsuz davranışları ortadan kaldırma anlamında etkili olduğunu belirtmişlerdir. Olumsuz davranışlara ilişkin verilen diğer tepkiler ise görmezden

gelme, ders içi etkinlik yapma, sınıfta dolaşma, sevgi ve şefkat gösterme, rehberlik servisine başvurma olarak belirlenmiştir. Bu tepkilerin arasında görmezden gelme tepkisinin etkili olmadığı bu tepkiyi veren tüm öğretmenler tarafından ifade edilirken, diğer tepkilere ilişkin olarak olumlu ve olumsuz görüşlerin mevcut olduğu görülmektedir. Eğitsel açıdan ödül ve özellikle ceza gibi geleneksel davranış değiştirme yaklaşımları çoğunlukla olumlu karşılanmamaktadır. Ancak bu araştırmanın sonuçlarına benzer şekilde alan yazında birçok araştırmada az ya da çok cezanın sınıf ortamlarında birçok öğretmen tarafından kullanıldığını görülmektedir. İlköğretim birinci kademe düzeyinde yapılan bir araştırmada (Yılmaz, 2008) fiziksel şiddet ve cezaya yönelme oranının son derece düşük olduğu ancak duygusal bir ceza olarak azarlama tepkisinin yüksek oranda gerçekleştiği belirlenmiştir. Benzer şekilde Girmen vd., (2006) tarafından yürütülen çalışmada öğretmenlerin az da olsa azarlama ve ceza tepkilerine başvurdukları görülmüştür. Benzer şekilde Erdem (2016), istenmeyen öğrenci davranışları karşısında öğretmenlerin düşük düzeyde de olsa fiziksel ceza verme, sınıftan çıkarma, fazla ödev verme yöntemlerini kullandıklarını belirlemiştir. Bununla birlikte Arı vd. (2016) yaptıkları araştırmada sınıfta istenmeyen davranışları önlemede cezanın öğretmenlerin sıklıkla kullandıkları yaklaşımlardan biri olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Kılıçoğlu (2015) tarafından yapılan bir araştırmada sınıf öğretmenlerinin genel anlamda öğrencilerin kişiliklerine müdahale etmeden saygı çerçevesinde uygun yöntemleri (“Olumlu davranış gösteren öğrenciyi örnek göstermek”, “Öğrenciyi derse katmaya çalışmak”, “Öğrenciyi onurlandıran sözlerle derse devam etmek”) seçmeye dikkat ederek istenmeyen davranışları söndürmeye yönelik gayret gösterdikleri belirlense de aynı araştırmanın diğer sonuçlarına göre en az sıklıkta kullanılan stratejiler olarak “Öğrenciyi hafifçe dokunmak”, “Öğrenciyi fiziksel şiddet uygulamak”, “Öğrencinin yerini değiştirmek”, “Öğrencinin dersi dinleyip dinlememesi ile ilgilenmeyip herhangi bir tepkide bulunmamak” şeklinde tepkiler gösterdikleri de belirlenmiştir. Akgün vd. (2011) tarafından okul öncesi öğretmenlerini gözlemleyerek yapılan çalışmada okul öncesi öğretmenlerinin sınıf içerisinde disiplini sağlamada olumsuz ifadeleri olumlu ifadelerden daha çok kullandıkları ve olumsuz ifadeler kullanan öğretmenlerin daha çok ön lisans mezunu oldukları belirlenmiştir. Sadık ve Arslan (2015), öğretmenlerin uyarma ve ceza verme yöntemlerini disiplini sağlamada etkisiz bir yöntem olarak tanımlamalarına rağmen sıklıkla kullanmaya devam ettiklerini belirlemişlerdir. Daha etkili bulunan yöntemler ise derste değişiklik yapma, kuralları öğrencilerle birlikte belirleme ve öğrenciyi sevgi gösterme olarak belirlenmiştir. Ödül ve ceza genellikle birlikte anılan tepkilerdendir. Literatürde her iki yaklaşımın da eğitim ortamlarında kullanılmamasını öneren kaynaklara rastlandığı gibi ödül yönteminin etkili olduğunu savunan görüş-

lere de rastlanmaktadır. Onur Sezer ve Özyürek (2015), sınıfta disiplin sorunlarının çözülmesinde ödül kullanımının öğrencilerin uygunsuz davranışlarını azalttığını belirlemişlerdir. Buna karşın Gündüz ve Balyer (2011) ödülün dışsal bir güdüleyici olduğunu ancak öğrenmeye dair merak, ilgi, içsel motivasyon ve sebatı olumsuz etkilediğini belirtmektedirler. Ayrıca ceza yönteminin, öğrenme ortamlarında sürekli ve olumlu bir sonuç vermediğini, cezanın öğrencileri korkutup içlerine kapanmalarına neden olduğunu, kin, öfke ve intikam hisleri beslemelerine neden olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca ödül ve cezaya dayalı bir disiplin anlayışının uzun dönemli iç disiplini geliştirmelerine ve çocukların duygusal olarak büyümelerine engel olduğunu savunmaktadırlar. Benzer şekilde Uğurlu vd. (2014) cezanın “istenmeyen davranışla baş etmede en son kullanılacak yöntem” olması gerektiğini belirtmişlerdir. Nitekim Pehlivan (2012)’in yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre öğrencilerin eğitim ortamlarında cezayı olumsuz olarak nitelendirdikleri ve bununla birlikte öğretmenlerin bir kısmının ve öğrencilerin birçoğunun disiplin kavramını da olumsuz olarak nitelendikleri çünkü ceza ile disiplini ilişkilendirdikleri görülmüştür. Demir vd. (2012)’nin yaptığı bir çalışmada ise öğretmen adaylarının ceza uygulamalarına yönelik eğilimlerinin yüksek olduğu ve sınıf içi disiplini oluşturmada cezayı etkili bir araç olarak gördükleri belirlenmiştir. Ada ve Ölçüm (2002) yaptıkları çalışmada öğretmenlerin pozitif disiplin anlayışına sahip olmadıklarını ve geleneksel disiplin anlayışının sonucu olarak ödül ve ceza yöntemine sıklıkla başvurma eğilimi içinde olduklarını belirterek pozitif disiplin konusunda hizmet içi ve hizmet öncesi eğitime ağırlık verilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Pozitif disiplin “çocukları sorumluluk sahibi vatandaşlar olmaya hazırlayan” bir anlayış olarak tanımlanmakta ve bu süreçte karşılıklı saygıya dayanan bir öğretmen öğrenci iletişimi vurgulanmaktadır (Nelsen vd., 2003: 8-10).

Öğretmenlere sınıfta olumsuz davranışlarla baş etme konusunda hizmet içi eğitim almak isteyip istemeyecekleri sorulmuştur. Öğretmenlerin verdikleri cevaplar incelendiğinde öğretmenlerin bir kısmının bu konuda istiyorum ya da istemiyorum şeklinde net bir yanıt vermeyi tercih ettikleri görülmüştür. Ancak öğretmenlerin büyük bir kısmının hizmet içi eğitim almayı istedikleri ancak verilen eğitimlerden yararlanamamaları nedeniyle hizmet içi eğitim almayı istemedikleri belirlenmiştir. Görüşülen öğretmenler içerisinde hizmet içi eğitimi yetersiz bulan öğretmenlerin sayısı oldukça fazladır. Bunun nedeni olarak öğretmenler tarafından da belirtildiği üzere verilen eğitimlerin daha çok teorik bilgiye dayalı olması, alanlarında uzman kişiler tarafından verilmemesi ve önceden hazırlanan sunumların okunması şeklinde monoton bir yöntemle aktarılması gösterilebilir. Bu çalışmada hizmet içi eğitim konusunda elde edilen bulgular ışığında öğretmenlerimizin teorik bilgiye ulaşma

konusunda sıkıntı yaşamadıkları, teorik bilgilerin gerçek sınıf ortamında nasıl kullanılacağı ile ilgili uygulamalı eğitimlere ihtiyaçları olduğu söylenebilir. Benzer şekilde Sadık ve Arslan (2015), öğretmenlere verilecek disiplin sağlama stratejileri hakkındaki eğitimlerin daha çok uygulama ağırlıklı olmasının öneminden bahsetmektedirler. Ada ve İnce (2012) ise özellikle MEB'e bağlı okullarda görev yapan yönetici ve öğretmenlere sınıf yönetimi ile ilgili hizmet içi eğitimlerin düzenlenmesi ve öğretmenlerin sınıf içerisindeki disiplin uygulamaları ile ilgili denetimlerin artırılmasının gerektiği yönünde görüş bildirmektedirler. Başka bir araştırmada Can ve Baksi (2014) öğretmenlere sınıf yönetimi konusunda seminerler ve hizmet içi eğitimler yoluyla uzman desteğinin sağlanması konusunda benzer görüş bildirmektedirler.

Özetlemek gerekirse bu araştırmadan elde edilen bulgulara göre öğretmenlerin ders akışını bozma, derse ilgisizlik gösterme, iletişim bozuklukları gösterme gibi davranışları olumsuz olarak niteledikleri, bunların nedenlerini çoğunlukla heterojen sınıf yapısına, medya araçlarının aşırı kullanımına ve ailelerin eğitim seviyelerinin düşük olmasına bağladıkları belirlenmiştir. İstenmeyen davranışı önlemekte görüşülen öğretmenlerin tamamının sınıf kuralları oluşturdukları belirlenmiştir. Bunun yanında sınıfın fiziki koşullarının değiştirilmesi ve aileler ile görüşülmesi en sık alınan önlemler arasında gösterilmektedir. Öğretmenlerin verdikleri tepkiler çok çeşitlilik gösterse de en sık olarak derste sözle uyarma tepkisinin verildiği, bu tepkiyi sıklık bakımından sırasıyla ceza verme, yüksek sesle kızma ve mimiklerle uyarma, yüz yüze konuşma, kurallara uyunca ödül verme ve gibi diğer tepkilerin izlediği belirlenmiştir. Öğretmenlerin kurallara uyunca ödül verme, yüz yüze konuşma ve veli iş birliğinin davranışı değiştirmede etkili olduğu, ceza verme, yüksek sesle kızma ve mimiklerle uyarma gibi diğer tepkilerin etkili olmadığı yönünde daha fazla görüş bildirdikleri belirlenmiştir. Ayrıca öğretmenlerin hizmet içi eğitim almak istedikleri ancak hizmet içi eğitim uygulamalarını yetersiz buldukları belirlenmiştir.

## ÖNERİLER

Bu araştırmanın sonuçlarına göre öğretmenlerin ödül, ceza, uyarma, kızma gibi kendilerinin de yetersiz gördükleri yöntemleri sıklıkla uyguladıkları belirlenmiştir. Günümüzde geleneksel disiplin anlayışında yer alan ödül ve ceza gibi uygulamalar yerini öğrencinin iç disiplin ve özsaygı kazanmasını sağlayacak uygulamalara bırakmıştır. Bu nedenle öğretmen eğitiminde bu uygulamalara ağırlık verilmesi büyük önem arz etmektedir. Aynı zamanda hizmet içi eğitim uygulamalarının da bu yönde olması gerektiği görülmektedir. Ancak öğretmenlerin hizmet içi eğitime ihtiyaç duymalarına rağmen hizmet içi eğitim

me katılmak istemedikleri bu araştırmanın diğer sonuçlarından biridir. Bunun en önemli nedenleri ise hizmet içi uygulamaların çoğunlukla teorik düzeyde gerçekleştirilmesi, uygulamaya ağırlık verilmemesi, hizmet içi eğitim veren kişilerin alanda yetersizliği kişiler olduğu yönündeki düşüncelerdir. Bu durumda hizmet içi eğitim uygulamalarının gözden geçirilmesi ve daha etkili eğitimlere yer verilmesi amacıyla gerekli tedbirlerin alınarak planlamaların bu doğrultuda yapılması önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Ada, S. ve İnce, B. (2012). Sınıfta istenmeyen davranışlara karşı öğretmenlerin disiplin uygulamalarıyla ilgili ilköğretim 5. sınıf öğrencilerinin görüşlerinin incelenmesi. *Gaziantep University-Journal of Social Sciences*, 11(4), 1023-1041.
- Ada, S. ve Ölçüm, M. (2002). Öğretmen adaylarının pozitif disiplin anlayışına göre istenilmeyen davranışları önleme becerileri. *Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 15, 1-10.
- Akgün, E., Yazar, M., & Dinçer, Ç. (2011). Okul öncesi öğretmenlerin sınıf içi etkinliklerde kullandıkları sınıf yönetimi stratejilerinin incelenmesi. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 1(3), 1-9.
- Al Şensoy, S. ve Sağsöz, A. (2015). Öğrenci başarısının sınıfların fiziksel koşulları ile ilişkisi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 16(3), 87-104.
- Altıntaş, M. E. (2016). Tepkisel ve gelişimsel sınıf yönetimi modellerinin ahlak eğitimiyle ilişkisi. *Bilimname*, 30(1), 207-221.
- Arı, E., Tunçer, B. K. ve Demir, M. K. (2016). Primary school teachers' views on constructive classroom management. *International Electronic Journal of Elementary Education*, 8(3), 363-378.
- Aydın, A. (1998). *Sınıf Yönetimi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Bal, T. (2005). *İlköğretim 4. ve 5. Sınıf Öğretmenlerinin Disiplin Anlayışları ve Kullandıkları Disiplin Yöntemleri (Konya İli Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Başar, H. (2004). *Sınıf Yönetimi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Can, E. ve Baksi, O. (2014). Öğrencilerin sınıf içi tutum ve davranışlarının öğretmenlerin sınıf yönetimi başarısına etkisi. *Asya Öğretim Dergisi*, 2(1), 86-101.
- Ceylan, F. ve Yıkmış, A. (2017). Kaynaştırma öğrencilerinin sergilediği problem davranışlara yönelik sınıf öğretmenlerinin uyguladıkları önleme ve müdahale stratejileri. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30(1), 239-264.
- Demir, M. K., Şahin, Ç., ve Kartal, O. Y. (2012). Öğretmen adaylarının sınıf içi disiplin sağlamada tercih ettikleri ceza uygulamalarının incelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(2), 71-86.

- Erdem, H. (2016). *İlkokul Öğretmenlerinin İstenemeyen Öğrenci Davranışları ile Baş Etmede Kullandıkları Yöntemler*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Erol, O., Özaydın, B. ve Koç, M. (2010). Sınıf yönetiminde karşılaşılan olaylar, öğretmen tepkileri ve öğrenciler üzerindeki etkileri: Unutulmayan sınıf anılarının analizi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 16(1), 25-47.
- Girmen, P., Anılan, H., Şentürk, İ. ve Öztürk, A. (2006). Sınıf öğretmenlerinin istenmeyen öğrenci davranışlarına gösterdikleri tepkiler. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 235-244.
- Gordon, T. (2015). *Etkili Öğretmenlik Eğitimi* (S. Karakale, Çev.). İstanbul: Profil Yayıncılık. (Orjinali 2003'te yayımlanmıştır).
- Gündoğdu, Z., Seytepe, Ö., Pelit, B. M., Doğru, H., Güner, B., Arıkız, E., Akçomak, Z., Kale, E. B., Moran, İ., Aydoğdu, G. ve Kaya, E. (2016). Okul öncesi çocuklarda medya kullanımı. *Kocaeli Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(2), 6-10.
- Gündüz, Y. ve Balyer, A. (2011). Eğitimde ödül ve cezanın yeri ve buna ilişkin alternatif yaklaşımlar. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 40(2), 10-23.
- Güner, N. (2011). Kaynaştırma sınıflarında çalışan sınıf öğretmenlerinin sınıf yönetimi bilgi düzeylerinin incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 19(3), 691-708.
- Habacı, İ., Tanrikulu, Z., Atıcı, R., Ürker, A. ve Adıgüzelli, F. (2013). Sınıf içi disiplin kurallarının öğretilmesinde öğretmen rolleri. *Turkish Studies*, 8(8),1953-1971.
- Karaçalı, A. (2006). Sınıf yönetimini etkileyen fiziksel değişkenlerin değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 145-155.
- Kılıçoğlu, C. (2015). *Sınıf İçerisinde İstenmeyen Davranışlara Karşı Öğretmenlerin Baş Edebilme Yöntem ve Teknikleri*. Yüksek Lisans Tezi, Toros Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Nelsen, J., Lott, L. ve Glenn, S. (2003). *Sınıfta Pozitif Disiplin*. Hayat Yayıncılık: İstanbul.
- Onur Sezer, G.ve Özyürek, M. (2015). İpuçları ve dönütlerle öğretmen ödülleri artırmanın öğrenci davranışlarına etkililiğine ilişkin öğretmen görüşleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(15), 246-265.



- Pehlivan, Z. (2012). Beden eğitimi derslerinde istenmeyen öğrenci davranışları, öğretmenlerin sözlü dönüt biçimi ve dönüt biçiminin öğrenci güdüsüne etkisi. *Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi*, 23(3), 144-158.
- Radyo ve televizyon Üst Kurulu (RTÜK). Eylül 2013. *Türkiye’de Çocukların Medya Kullanma Alışkanlıkları Araştırması*. 10 Ocak 2018 tarihinde <https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-kamuoyu-arastirmalari/3890/5231/turkiyede-cocuklarin-medya-kullanim-aliskanliklari-arastirmasi-2013.html> adresinden erişildi.
- Sadık, F. (2002). İlköğretim 1. aşama sınıf öğretmenlerinin sınıfta gözlemledikleri problem davranışlar. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(10), 1-23.
- Sadık, F. ve Aslan, S. (2015). İlkokul sınıf öğretmenlerinin disiplin problemleri ile ilgili görüşlerinin incelenmesi. *Electronic Turkish Studies*, 10(3), 115-138.
- Senemoğlu, N. (2013). *Gelişim, Öğrenme ve Öğretim*. (23. Baskı). Ankara: Yargı Yayınevi.
- Şahin, M. ve Adıgüzelli, Y. (2015). Sınıf yönetimi sürecinde istenmeyen öğrenci davranışlarına yönelik öğretmen adaylarının görüşleri. *Turkish Studies*, 10(3), 799-816.
- Şahin, S. ve Arslan, M. C. (2014). Öğrenci ve öğretmen görüşlerine göre istenmeyen öğrenci davranışlarına karşı kullanılan öğretmen stratejilerinin öğrenciler üzerindeki etkileri. *Turkish Studies*, 9(2), 1399-1415.
- Tertemiz, N. (2000). Sınıf Yönetimi ve Disiplin. L. Küçükahmet (Ed.), *Sınıf Yönetimi* içinde (ss. 49-70). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Turhan, M. ve Yaraş, Z. (2013). Öğretmen ve öğrencilerin öğretmen, disiplin, müdür, sınıf kuralları, ödül ve ceza kavramlarına ilişkin metafor algıları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1), 129-145.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılacak nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 6(4), 543-559.
- Uğurlu, C. T., Doğan, S., Şöförtakımcı, G., Ay, D. ve Zorlu, H. (2014). Öğretmenlerin sınıf ortamında karşılaştıkları istenmeyen davranışlar ve bu davranışlarla baş etme stratejileri. *Turkish Studies*, 9(2), 577-602.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Yılmaz, N. (2008). Dersin akışını bozan istenmeyen davranışları yönetme stratejilerinin incelenmesi. *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(1), 1-38.
- Yiğit, B. (2010). Sınıfta Disiplin ve Öğrenci Davranışlarının Yönetimi. M. Şişman ve S. Turan (Ed.) *Sınıf Yönetimi* içinde (ss. 77-95). Ankara: Öğreti Yayıncılık.

# ÇOKLU ORTAM ÖĞRENME İLE İLGİLİ ÖĞRENEN GÖRÜŞLERİ

## Learner Views about Multimedia Learning

Gönderim Tarihi: 21.06.2018

Kabul Tarihi: 31.08.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492453

Eyup YÜNKÜL\*

**ÖZ:** Bu araştırmanın amacı, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi (BÖTE) Bölümü lisans programında yer alan Öğretim İlke ve Yöntemleri dersine yönelik çoklu ortam ilkelelerine uygun olarak geliştirilmiş Çoklu Ortam Yazılımının (ÇOY) hakkında öğrenci görüşlerini belirlemektir. Araştırmanın örneklemini uygun örnekleme yöntemiyle seçilen bir devlet üniversitesindeki eğitim fakültesi 2. Sınıf öğrencileri oluşturmuştur. Öğrencilerin ÇOY'a yönelik görüşlerinin belirlenmesi amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşmelerden elde edilen bulgular sonucunda öğrencilerin ÇOY'a yönelik görüşlerinin büyük oranda olumlu olduğu görülmüştür. Bu sonuç doğrultusunda, ÇOY gibi yazılımlarının eğitim ortamlarında kullanılması önerilmiştir.

**Anhtar Kelimeler:** Çoklu Ortam Yazılımı, Çoklu Ortam Öğrenme, Öğrenen Görüşleri.

**ABSTRACT:** The purpose of this research is to determine the views of the students, who took the course in the department of Computer Education and Instructional Technologies, towards the Multimedia Software (MS) developed according to the multimedia design principles. Second grade students in a state university in Turkey were selected as a sample population by using convenient sampling. A semi-structured interview form was used to determine the views of the students about MS. According to the findings of the interviews, students in the experimental group represented mostly positive views about MS. According to the this result, it is suggested to use software like MS in education.

**Keywords:** Multimedia Software, Multimedia Learning, Student Views.

\* Dr. Öğr. Üyesi , Balıkesir Üniversitesi/Necatibey Eğitim Fakültesi/Eğitim Bilimleri Bölümü/ Eğitim Programları ve Öğretim Anabilim Dalı, eyunkul@balikesir.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-6177-3766.

## GİRİŞ

Günümüzde her alanda kendini gösteren değişim eğitim alanında da kendini göstermektedir. Hızla değişen küresel değişkenler beraberinde eğitim programlarının güncellenmesini gerektirmektedir. Diğer bir deyişle bilgiyi olduğu gibi öğrenen, ezberleyen bireyler yerine, sorgulayan, problem çözen, eleştirel düşünen, yaratıcı ve yeni durumlara uyum sağlayabilen bireyler yetiştirmeyi amaçlayan eğitim programları geliştirmek zorunluluk haline gelmiştir. Gelişen teknoloji ile birlikte bilişim teknolojilerinin (BİT) sağladığı etkili ve kalıcı öğrenmeyi destekleyen etkileşimli öğrenme ortamlarını (Liu ve Szabo, 2009; Mutlu, 2010) programlara entegre etmek mümkün hale gelmiştir.

## LİTERATÜR TARAMASI

### Çoklu ortam öğrenme

BİT'in eğitim ortamları için sunduğu önemli kavramlardan biri çoklu ortam öğrenmedir. Çoklu ortamda yazı, grafik, fotoğraf, hareketli gerçek görüntü (video), canlandırma (animasyon), ses, müzik gibi veri türleri bulunmaktadır. Mayer (2009) çoklu ortamı, bir öğretim materyalinin resim ve metinle desteklenerek birden farklı formatta sunulması olarak tanımlamıştır. Eğitimde bu ortamların oluşturulmasında teorik altyapıların kullanılması önem arz etmektedir. Çoklu ortam öğrenmenin teorik altyapısı Mayer (2009) tarafından Çoklu Ortam Öğrenme Bilişsel Teorisi (ÇÖÖBT) ile açıklanmıştır. Mayer ÇÖÖBT'yi Çalışan Bellek Kuramı (ÇBK), Bilişsel Yük Kuramı (BYK) ve İkili Kodlama Kuramına (İKK) dayandırmıştır (Kılıç, 2013).

Çalışan bellek, bilişsel görevler yerine getirilirken bilgiyi geçici olarak tutan ve düzenleyen bir sistem olarak tanımlanan bir bellek tipidir (Cangöz, 2011). ÇBK'ya göre öğretim ortamında öğrenmenin gerçekleşebilmesi için gerekli olan tüm bilişsel işlemlerle, çalışan bellek ilgilenmektedir (Kablan ve Erden, 2008). Bu nedenle çalışan belleğin bireyin öğrenme başarısında oldukça belirleyici olduğu ve öğrenim hayatı boyunca bütün öğrenme alanlarını etkilediği belirtilmektedir (Altun ve Çevik, 2012).

Bilişsel yük, öğretim materyaliyle gerçekleştirilen öğrenme sürecinde, çalışan bellekteki çabanın miktarını gösterir (Clark, Nguyen ve Sweller, 2006). BYK ise, bireyin zihninin sınırlı bir işleme kapasitesine sahip olduğu ve bu nedenle bilişsel kaynakları uygun biçimde kullanmanın öğrenmede etkili olduğu varsayımına dayanır (Kalyuga, 2009). Yapılan araştırmalarda öğretim hedeflerine yönelik olmayan gereksiz bilgilerin, resim, hikaye ve metin kullanımının aşırı bilişsel yüke neden olduğu belirtilmiştir (Kablan ve Erden, 2008). Aşırı bilişsel yük ise zihinsel şemaların oluşmasını engellediğinden anlamlı ve kalıcı öğrenmelerin önüne geçebilmektedir.

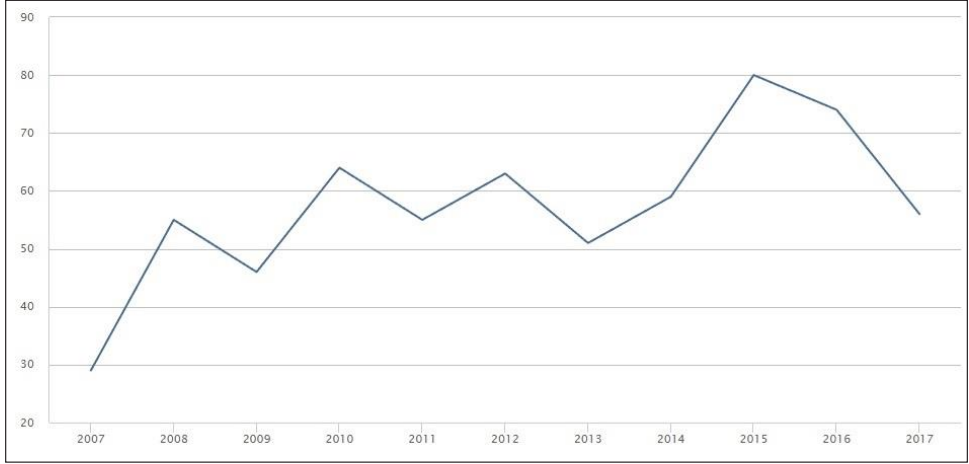
Mayer'ın ÇÖÖBT'yi oluştururken yararlandığı bir diğer teori ikili kodlama kuramıdır (Sorden, 2012). Bilgiyi işleme sürecine dayanan bu kurama göre bellek sözel ve görsel iki alt sisteme ayrılmıştır (Spector vd., 2007). İnsan belleği bilgiyi işlerken ikili kodlama (görsel ve sözel) yapabilir, fakat bu süreçte kodlamalardan biri daha baskındır (Solso, Maclin ve Maclin, 2008).

Mayer (2009), öğretimde kullanılan çoklu ortam materyallerinin nasıl daha iyi tasarlanacağı sorusuna buldukları cevapla bahsedilen üç kurama dayanarak ÇÖÖBT'yi geliştirmiştir (Rey ve Steib, 2013). ÇÖÖBT'ye göre öğretim tasarımı yapılırken İkili Kanal, Sınırlı Kapasite ve Aktif İşleme teorileri dikkate alınmalıdır (Mayer, 2009). İki kanal teorisine göre insanlar sözel/işitsel (konuşma, sesler vb.) ve görsel bilgiyi (yazılı metin, resim vb.) işleme görevi olan iki ayrı kanala sahiptir. Örneğin bir öğrenci sesli anlatım içeren bir video izlediğinde, görsel kanal videoya ait resimleri işlerken, sözel/işitsel kanal ise sesleri işler. Bu kuram İKK'ya dayanmaktadır. Sınırlı kapasite teorisine göre insan belleğinin birim zamanda her bir kanalda (görsel ve işitsel) işleyebileceği bilgi miktarı sınırlıdır. Sınırlı kapasite varsayımı ÇBK ve BYK ile uyumludur. Aktif işleme teorisine göre öğrenmenin gerçekleşmesi için zihinsel yapılar oluşturulurken insanlar bilişsel süreçlere aktif olarak katılır. AİV'e göre öğrenciler dışarıdan gelen ilgili bilgiyi dikkate alırlar, seçtikleri bilgiyi tutarlı zihinsel yapılar halinde düzenlerler ve bu zihinsel yapıları var olan bilgileriyle bütünleştirirler (Mayer, 2009).

### Araştırmanın Önemi

Mayer daha çok fen bilimlerindeki disiplinlerde yaptığı araştırmalarda belirli konularda canlandırmaların olduğu eğitsel yazılımlar kullanmış ve gerçekleştirdiği araştırmaların sonucunda çoklu ortamla öğrenmeye yönelik olumlu sonuçlar almıştır (Sezgin, 2009). Bununla birlikte Scopus veri tabanında "çoklu ortam öğrenme" konusunun son 10 yılda popülerliğinin girerek arttığı görülmüştür (Şekil 1). Bu bağlamda çoklu ortamın öğrenmeye etkisinin araştırıldığı bu çalışmanın önemli olduğu söylenebilir.

### Şekil 1. “Çoklu Ortam Öğrenme” Konusunda Scopus Veritabanında Yer Alan Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı



Alanyazında çokluortam kullanımının öğrenmeye etkisini inceleyen çeşitli çalışmalar mevcuttur. Issa ve diğerleri (2011), Chang, Tseng ve Tseng (2011), Çetin(2010), Rey ve Steib (2013), Eitel, A., Scheiter, K., & Schüler, A. (2013), Taşçı ve Soran (2008), Efendioğlu (2012), İzmirli (2012), Dinçol Özgür (2011), Sağlıker(2009), Arkün(2007), Yeşiltaş (2010), Yekta (2004) ve Katırcı (2010) çalışmalarında eğitimde çokluortam kullanımının öğrenci başarısına olumlu katkısı olduğu belirtilmiştir. Ayrıca çoklu ortam ile öğrenme ile ilgili öğrenen görüşlerinin olumlu olduğunu belirten çalışmalar yer almaktadır (Üstündağ ve Güyer, 2017; Seçkin Kapucu, 2016).

#### Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi (BÖTE) Bölümü lisans programında yer alan Öğretim İlke ve Yöntemleri dersine yönelik çoklu ortam ilkelerine uygun olarak geliştirilmiş Çoklu Ortam Yazılımı (ÇOY) hakkında öğrenci görüşlerini belirlemektir. Bu doğrultuda araştırmanın problem cümlesi: “Mayer (2009)’in Çoklu Ortam Öğrenme Bilişsel Teorisi (ÇOÖBT) ilkelerine dayalı olarak hazırlanan çoklu ortam öğretim yazılımına ilişkin öğrenci görüşleri nelerdir?” olarak belirlenmiştir.

#### YÖNTEM

Bu çalışmada Çoklu Ortam Öğrenme Bilişsel Teorisi (ÇOÖBT) ilkelerine dayalı olarak hazırlanan çoklu ortam öğretim yazılımı hakkında öğrenen görüşlerini belirlerken nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması kullanılmıştır.

Araştırmanın örneklemini uygun örnekleme yöntemiyle seçilen Üniversite 2. Sınıf öğrencileri oluşturmuştur. Çalışmada 2. Sınıf öğrencilerinin seçilmesinin nedeni, söz konusu dersi ilk defa olmalarıdır. Bu öğrenciler ÖİY dersini daha önce hiç almamıştır. Derste araştırmacı tarafından geliştirilen ÇOY kullanılmış ve dönem sonunda ÇOY'un etkililiği araştırılmıştır.

### Veri Toplama Aracı

Bu doğrultuda öğrenen görüşlerini belirlemek amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Araştırma kapsamında yer alan tüm öğrencilerle bu form yardımıyla görüşmeler yapılmıştır. Öğrencilerin çoklu ortamla öğrenme sürecine ilişkin betimlemelerini derinlemesine ortaya koymak amacıyla 5'er kişilik 4 grup halinde odak grup görüşmesi yapılmıştır.

Görüşme formunda yer alan soruları hazırlamak için, ilgili literatür ve görüşme formu kullanılan benzer araştırmalar referans alınmıştır. Ayrıca, sorular hazırlanırken öğrencileri yönlendirmeyecek biçimde, açık ve anlaşılır olmasına dikkat edilmiştir. Hazırlanan deneme formu 4 alan uzmanının görüşlerine sunulmuştur. Uzmanların görüşleri doğrultusunda deneme formu yeniden düzenlenmiştir. Böylece öğrenme süreci sonrası uygulanacak görüşme formu odak grup görüşmesi için hazır hale gelmiştir. Görüşme soruları aşağıdaki gibidir:

- Bu dersi çoklu ortamda öğrenmeden önce beklentileriniz ve endişeleriniz var mıydı? Varsa dersi aldıktan sonra ne yönde değişti?
- ÇOY ile ilgili olumlu görüşleriniz nelerdir?
- ÇOY ile ilgili olumsuz görüşleriniz nelerdir?
- Çoklu ortamda öğrenme ile geleneksel öğrenmeyi karşılaştırdığınızda avantajları ve dezavantajları hakkında neler söyleyebilirsiniz?
- ÇOY derse güdülenmenize katkısı oldu mu?
- Teknolojinin giderek yaygınlaştığı düşünüldüğünde eğitimde bunun gibi uygulamaların yaygınlaşması konusundaki neler düşünüyorsunuz?
- Öğretmen olduğunuzda çoklu ortamla derslerinizi işlemeyi düşünür müsünüz?

### Verilerin Analizi

Öğrencilerle yapılan görüşmeler, ses kayıtları şeklinde toplanmış ve metin olarak dökümü Microsoft Word programında yapılmıştır. Araştırmacı tarafından yazılı hale dönüştürülen görüşme kayıtları teker teker değerlendirilmiş ve bir görüşme kodlama anahtarı oluşturulmuştur. Araştırmacı ve bir alan uzmanı



tarafından kodlama anahtarının güvenilirlik çalışması yapılmış ve birbirleriyle tutarlılığı değerlendirilmiştir. Tutarlılığın sağlandığına kanaat getirildikten sonra veriler temalara ayrılmıştır. Ayrıca, öğrenen görüşlerinden dikkat çeken ve temayı iyi açıklayabilecek olanlar seçilerek doğrudan alıntı şeklinde verilmiştir.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Dersin sonunda öğrencilerin ÇOY ile öğrenmeye yönelik görüşlerini belirlemek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmelerden elde edilen veriler kodlanarak temalar oluşturulmuştur. Bu temalar “ÇOY’un genel özellikleri”, “ÇOY’un etkililiği” ve “eğitimde ÇOY kullanımının yaygınlaştırılması” olarak belirlenmiştir.

### ÇOY’un Genel Özellikleri

Katılımcılara “Bu dersi çoklu ortamda öğrenmeden önce beklentileriniz ve endişeleriniz var mıydı? Varsa dersi aldıktan sonra ne yönde değişti?”, “ÇOY ile ilgili olumlu görüşleriniz nelerdir?” ve “ÇOY ile ilgili olumsuz görüşleriniz nelerdir?” soruları yöneltilmiştir. Bu doğrultuda “ÇOY’un genel özellikleri” isimli tema ve Tablo 1’de yer alan alt temalar oluşturulmuştur.

**Tablo 1.** ÇOY’un Genel Özellikleri

<i>Temalar</i>	<i>Frekans (f)</i>
<b>ÇOY’a Yönelik Olumlu Görüşler</b>	
<i>İlgi çekicidir.</i>	16
<i>Eğlenceli ve zevklidir.</i>	8
<i>Tekrar izleme şansı veriyor.</i>	15
<i>Kendi öğrenme hızında çalışma imkanı.</i>	9
<i>Öğrenmeye katkı sağlıyor.</i>	12
<b>ÇOY’a Yönelik Olumsuz Görüşler</b>	
<i>Öğrenciler arası iletişim eksikliği</i>	5
<i>Alıştırma sayısının azlığı</i>	4

Tablo 1 incelendiğinde, katılımcılar ÇOY ile öğrenmenin ilgilerini çektiğini belirtmişlerdir. Öğrenci 12 isimli katılımcı bu konuda:

“...bu yöntem videolar içerdiği ve farklı olduğu için oldukça ilgi çekiciydi” şeklinde görüş belirtmiştir. Konu ile ilgili görseller içerdiği için çoklu ortam eğlenceli bulan katılımcıların sayısı 8’dir. Öğrenci 8 isimli katılımcı:

“...sözel bir dersin çok zevkli hale geldiğini gördüm”

şeklindeki ifadesinde ders ile ilgili olumlu görüşünü belirtmiştir. Çoklu ortamla ilgili olumlu görüşlerden bir diğeri öğrenenlere konuları tekrar izleme şansı vermesidir. Öğrenci 5 isimli katılımcı:

“...videolarda kaçırdığımız yerler olursa tekrar izleme şansımız var. Ancak derste konunun bir yerini kaçırırsak daha sonra toparlaması zor oluyor. Bu nedenle derslerin çoklu ortamla anlatılmasını olumlu buluyorum.”

şeklinde yorum yapmıştır. Katılımcılar çoklu ortamın öğrenene kendi öğrenme hızında çalışma imkanı sunmasıyla ilgili genellikle olumlu görüş bildirmiştir. Öğrenci 11 isimli katılımcı bu konuda

“...ben genelde biraz yavaş öğrendiğimden kendi hızımda bir öğrenme fırsatı sunan çoklu ortam tam bana göre. Çünkü kontrol benim elimde...”

şeklinde görüş belirtmiştir. Bu yöntemle daha iyi öğrendiğini belirten 12 öğrenci vardır. Öğrenci 2 isimli katılımcı bu konuda:

“...dersten önce var olan endişelerim ortadan kalktı. Çünkü verimli öğrenme gerçekleşti”, öğrenci 20 ise “...bu yöntemle konuyu daha iyi öğrendiğimi düşünüyorum”

şeklinde görüş belirtmişlerdir.

Çoklu ortamla bireysel öğrenen katılımcılar bu durumun diğer öğrencilerle olan iletişimi kısıtlamasının olumsuz bir özellik olduğunu belirtmişlerdir. Örneğin Öğrenci 11 isimli katılımcı:

“...arkadaşlarımla etkileşim içinde olmadığımız için soğuk bir ortam vardı” derken, Öğrenci 6 ise:

“...sadece bilgisayardan öğrenme biraz sıkıcı olabiliyor”

şeklinde görüş belirtmiştir.

Özetle öğrenciler ÇOY ile öğrenme hakkında ilgi çekici, zevkli, öğrenene kendi hızında çalışabilme imkanı vermesi, tekrar izleyebilme şansı vermesi ve öğrenmelerine katkı sağlaması gibi olumlu görüşler belirtmişlerdir. Öğrenciler ayrıca ÇOY ile öğrenirken birbirleri arasındaki etkileşimin sınırlı olması ve ÇOY’da yer alan alıştırmaların sayısının az olması konusunda olumsuz görüş bildirmişlerdir.

### ÇOY’un Etkililiği

Katılımcılara “çoklu ortamda öğrenme ile geleneksel öğrenmeyi karşılaştırdığınızda avantajları ve dezavantajları hakkında neler söyleyebilirsiniz?” ve “ÇOY’un, derste güdülenmenize katkısı oldu mu?” soruları yöneltilmiş ve öğrencilerden görüşleri alınmıştır. Alınan bu görüşlerden yola çıkarak düzenlemeler yapılmış ve bu görüşler “ÇOY’un etkililiği” teması altında toplanmıştır. Bu temada yer alan ifadeler ve frekans bilgileri Tablo 2’de ayrıntılı olarak verilmiştir.

**Tablo 2. ÇOY'un Etkililiği**

<i>Temalar</i>	<i>Frekans (f)</i>
<b>ÇOY'un Geleneksel Öğretime Göre Üstün Yönleri</b>	
<i>Birçok duyu organına hitap etmesi</i>	18
<i>İlgi ve ihtiyaca göre öğrenme fırsatı</i>	11
<i>İstenilen zamanda ulaşabilme imkanı</i>	13
<b>ÇOY'un Geleneksel Öğretime Göre Zayıf Yönleri</b>	
<i>Sürekli ekrana bakma zorunluluğu</i>	3
<i>Olası teknolojik eksiklikler</i>	4

Tablo 2 incelendiğinde, ÇOY'un geleneksel öğretime göre üstün yönlerinden birisi bir çok duyu organına hitap etmesidir. Öğrenci 19 isimli katılımcı:

"...geleneksel öğretimde tek düze öğretim varken çoklu ortam birden fazla duyu organına hitap ettiği için daha iyi öğrendiğimi düşünüyorum. Bu dersi öğrendim."

şeklinde görüş belirtmiştir. ÇOY'u bireysel olarak kullanma fırsatı bulan katılımcılar bu tür öğrenmenin kendi ilgi ve ihtiyaçlarına uygun bir biçimde olduğunu vurgulamışlardır. Öğrenci 4 isimli katılımcı:

"ÇOY içinde hem video hem de metinler vardı. Seçenekli olarak sunulan bu derste ben metinlerle öğrenmeyi seçtim. Çünkü okuyarak daha iyi anladığımı düşünüyorum"

şeklinde görüş belirtmiştir. Öğrenciler ÇOY'un web ortamında çalışabilmesi özelliği sayesinde, daha sonra istedikleri bir zamanda dersi yeniden gözden geçirebileceklerinden bahsetmişlerdir. Öğrenci 3 isimli katılımcı bu durumla ilgili şu şekilde görüş bildirmiştir:

"...geleneksel eğitimde daha sonra çalışabilmek için derste not almak zorunda kalıyorduk. Ancak bu çoklu ortamın web ortamında sunulmasıyla istediğimiz konuya zaman ve mekan sorunu olmadan erişebiliriz. Bu durum derste de zaman kazanmamızı sağlayabilir..."

ÇOY'un geleneksel öğretime göre zayıf yönlerinden bahseden katılımcılar, bunlardan birisinin çoklu ortamla bireysel öğrenmenin yapay bir sınıf ortamı oluşturduğunu, dolayısıyla tek başına bir yöntem olması yerine geleneksel öğretime destek olarak sunulmasının daha doğal bir sınıf ortamı oluşturacağını ve böylece daha etkili öğrenmelerin gerçekleşeceğini belirtmişlerdir. Çoklu ortamla öğrenmeyi geleneksel öğrenmeye alternatif değil de öğrenmeyi destekleyici unsur olarak görmek isteyen katılımcı sayısı 10'dur. Öğrenci 12 :

"...bu dersi normal yolla işlediğimiz yöntemle birlikte kullandığımızda daha etkili olur diye düşünüyorum"

şeklinde görüş belirtmiştir. Dersi ÇOY ile öğrenen katılımcılardan bazıları sürekli ekrana bakmanın rahatsızlık verebileceğini belirtmişlerdir. Bu durumla ilgili olarak Öğrenci 5 isimli katılımcı:

“...evet ders geleneksel yöntemle göre çoklu ortamda daha ilgi çekici ve renkli oluyor. Ancak dersi sürekli bir ekrandan takip etmek bazen gözlerimi yoruyor”

şeklinde görüş belirtmiştir. Katılımcıların 8’i ÇOY’u derslerinde kullanmak isteyen öğretmenlerin gerekli ve yeterli donanım ve yazılıma her zaman sahip olamayacağını düşünmektedir. Öğrenci 13 isimli katılımcı görüşünü şu şekilde ifade etmiştir:

“...dersin bu şekilde işlenebilmesi için bütün sınıflarda her öğrenciye bir bilgisayar temin edilmesi gibi bir güçlük vardır...”

şeklinde görüş belirtmiştir.

Özetle bu temada öğrenciler ÇOY’un geleneksel öğretime göre üstün ve zayıf yönlerinden bahsetmiştir. Birçok duyu organına hitap edebilmesi, ilgi ve ihtiyaca göre öğrenebilme fırsatı sunması ve istenilen zamanda içeriğe ulaşabilme gibi özellikler ÇOY’un geleneksel öğretime göre öğrenciler tarafından belirtilen avantajlarıdır. ÇOY ile öğrenme sırasında sürekli ekrana bakma zorunluluğu ve olası teknolojik eksiklikler, ÇOY’un geleneksel öğretim yöntemine göre zayıf yönleri olarak sayılabileceğini belirtmişlerdir.

### ÇOY’un Eğitimde Kullanımının Yaygınlaştırılması

Katılımcılara “Teknolojinin giderek yaygınlaştığı düşünüldüğünde eğitimde bunun gibi uygulamaların yaygınlaşması konusundaki neler düşünürsünüz?” ve “Öğretmen olduğunuzda çoklu ortamla derslerinizi işlemeyi düşünür müsünüz?” soruları yöneltilmiştir. Katılımcıların verdiği cevaplar incelendiğinde bu cevaplar “ÇOY’un eğitimde kullanılmasının yaygınlaştırılması” teması altında toplanmıştır. Bu tema ve alt başlıklarının ayrıntısı Tablo 3’te yer almaktadır.

**Tablo 3.** ÇOY’un Eğitimde Kullanımının Yaygınlaştırılması

<i>Temalar</i>	<i>Frekans (f)</i>
<b>ÇOY’un Eğitimde Kullanılması ile ilgili Genel Görüşler</b>	
<i>Faydalı olacağı için kullanım</i>	12
<b>Diğer Derslerde Çoklu Ortamın Kullanılması</b>	
<i>Sözel derslerde kullanılmalı</i>	8
<i>Görsel unsurlar barındıran derslerde kullanılmalıdır.</i>	6
<b>Teknolojik yeniliklere ayak uydurmak</b>	9

ÇOY’un eğitimde kullanımının yaygınlaştırılmasının faydalı olacağı ve çeşitli derslere uyarlanabileceği görüşünü dile getiren katılımcı sayısı çoğunluktadır.

Öğrenci 5 isimli katılımcı:

“Bölüm içi ve dışı her derste rahatlıkla anlatılabilir. Sözel derslerde özellikle tarih coğrafyada çok etkili olacağını düşünüyorum. Görsellerle daha çok desteklendiğinden konu daha rahat kavranır ve kalıcı olur.”

şeklinde görüş belirtmiştir. Öğrenci 6 isimli katılımcı ise:

“Öğrenci hasta olduğunda veya herhangi bir sebeple okula gelemediğinde dersi web ortamından çevrimiçi olarak rahatlıkla takip edebilir. Bu açıdan bu uygulamalar geliştirilmeli, yaygınlaştırılmalıdır “

şeklinde bu konudaki görüşünü ifade etmiştir. Katılımcılar, teknolojik yeniliklere ayak uydurmak gerektiği için ÇOY’un eğitimde yaygınlaştırılması gerektiğini belirtmişlerdir. Bu konuda Öğrenci 10 isimli katılımcı:

“Teknoloji giderek ilerlerken bence öğretmenlerin de bu duruma ayak uydurması gerekmektedir. Hocaların artık geleneksel yöntemlerdeki slayt sunumunun yanında farklı bir bakış açısıyla dersi sıradanlıktan kurtarması gerekmektedir”

şeklinde görüş belirtmiştir. Öğrenci 1 isimli katılımcı ise:

“...gelişen teknoloji eğitimde kullanılan materyallerin çeşidini artıracaktır. Bu yüzden kullanımı da ister istemez yaygınlaşacaktır”

ifadesini kullanmıştır.

Katılımcılardan 6’sı ÇOY’un eğitimde kullanılmasıyla, özellikle sözel derslerin öğretiminin cazip hale getirilebileceğinden bahsetmiştir. Öğrenci 5 isimli katılımcı bu konuda:

“...Formasyon derslerinin sözel ağırlıklı olması zamanla derse olan bağlılığın ve dikkatin zamanla yok olmasına neden oluyor. Bu yüzden formasyon dersleri gibi sözel ağırlıklı olan derslerde bu yöntem kullanılırsa derse olan dikkat ve öğrenme seviyesinde zamanla artış gözlenebileceğini düşünüyorum.”

şeklinde görüş belirtmiştir. Öğrenci 7 isimli katılımcı ise:

“Bana göre ağırlıklı olarak sözel derslerde uygulanabilir.”

şeklinde görüş belirtmiştir. Katılımcıların bazıları ise çoklu ortamın görsel içerikli derslerde daha etkin bir şekilde kullanılacağını belirtmişlerdir. Örneğin Öğrenci 20 isimli katılımcı:

“Tarih, biyoloji ve fizik gibi göze hitap edilebilecek derslerde verimli olabileceğini düşünüyorum. Biyoloji dersindeki bir bitkinin içyapısı mikroskop gibi bir araçla öğrenciye incelenirse öğrencinin aklında daha iyi bir şekilde kalabileceğini düşünüyorum”

şeklinde görüş belirtmiştir.

Özetle öğrencilerin ilgili sorulara vermiş oldukları cevaplar ÇOY'un yaygınlaştırılması teması altında toplanmıştır. ÇOY'u eğitimde faydalı olacağı için kullanacaklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin bazıları ÇOY'un sözel derslerde etkili olabileceğinden bahsetmişlerdir. Ayrıca ÇOY'un görsel unsurlar barındıran derslerde de kullanılması gerektiğine değinen öğrenciler vardır. Son olarak öğrenciler gelişen teknolojiye ayak uydurmak ve teknolojinin gerisinde kalmamayı düşünerek ÇOY'u öğretmenlik yaparken derslerinde kullanacaklarını belirtmişlerdir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bulgular incelendiğinde öğrencilerin genellikle olumlu görüş belirttiği görülmüştür. "ÇOY'a yönelik olumlu görüşler" alt temasında öğrencilerin çoğu ÇOY'un ilgi çekici ve eğlenceli olduğunu, tekrar izleme fırsatı sunduğunu, öğrenciye kendi hızında çalışma olanağı sağladığını ve daha kolay öğrenmelerine yardımcı olduğu faktörleri ön plana çıkmaktadır. Literatürde bu sonuçları destekler nitelikte çoklu ortamla öğrenen öğrencilerin bu süreçte zorlanmadıkları, zevk aldıkları ve konuyu öğrendiklerini belirten çalışmalar (Kılıç, 2006; Sezgin, 2009) yer almaktadır.

ÇOY'a yönelik olumsuz görüşler alt temasında iki öğrenci birbirleri arasındaki iletişim azlığından yakınmışlardır. Bazı öğrenciler ise ÇOY'da yer alan alıştırmaya sayısının artırılması gerektiğini belirtmişlerdir.

ÇOY'un etkililiği temasındaki geleneksel öğretime göre üstün yönleri araştırıldığında öğrencilerin büyük bir çoğunluğu ÇOY'un birçok duyu organına hitap etmesi, ilgi ve ihtiyaca göre öğrenme fırsatı sunması ve istenilen zamanda ulaşılabilme gibi özelliklerinden bahsetmişlerdir. Karadeniz (2011) çalışmasında hazırladığı çoklu ortam destekli web yazılımı ile ilgili öğrenci görüşlerini almıştır. Çalışmanın sonunda deney grubunda çoklu ortamla ders alan öğrencilerin başarı ve tutumları olumlu yönde değişirken aynı zamanda çoklu ortam yazılımı ile ilgili olumlu görüş bildirmişlerdir. Bu sonuç araştırmamızda yer alan öğrencilerin ÇOY ile ilgili görüşlerinden belirlenen son ÇOY'un geleneksel öğretime göre zayıf yönleri ile ilgili olarak öğrencilerin bazıları sürekli ekrana bakma zorunluluğuna değinmiş ve bazıları da olası teknolojik eksikliklerle karşılaşma ihtimalinden söz etmiştir. Sezgin (2009) çalışmasında öğrencilerin bazılarının çoklu ortamla ders işlenirken teknik aksaklıklar yaşadığını belirtmiştir. Bu sonuç ile araştırmanın sonucu birbirini desteklemektedir.

ÇOY'un eğitimde kullanımının yaygınlaştırılması teması ile ilgili olarak öğrenciler ÇOY'un faydalı olabileceğini düşünmüş ve ÇOY'u ileride kullanabileceklerini belirtmişlerdir. Öğrenciler aynı zamanda, ÇOY'un hem sözel derslerde hem de görsel unsurlar barındıran derslerde kullanılabileceğini belirtmişler-

dir. Son olarak öğrencilerin bazıları da teknolojik yeniliklere ayak uydurmak için gelecekte öğretmen olduklarında ÇOY'u ders ortamına entegre edebileceklerini belirtmişlerdir. uçlarla paralellik göstermektedir.

Bu sonuçlara dayanarak aşağıdaki öneriler verilmiştir;

1. ÇOY gibi materyallerin yaygınlaştırılarak eğitim ortamlarında kullanılması,
2. ÇOY'un farklı derslerdeki etkisinin araştırılması,
3. ÇOY gibi kuramsal temellere dayanan materyallerin geliştirilmesi ve öğrenmeye etkisinin araştırılması,
4. ÇOY'un ilköğretim, ortaöğretim gibi farklı düzeylerde etkililiğinin araştırılması.



## KAYNAKÇA

- Altınışik, S. ve Orhan, F. (2002). Sosyal bilgiler dersinde çoklu ortamın öğrencilerin akademik başarıları ve derse karşı tutumları üzerindeki etkisi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23, 41-49.
- Altun, A. ve Çevik, V. (2012). Çoklu ortam tabanlı bir görev ile çalışma belleğinin ölçülmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Özel Sayı 1, 32-40.
- Arkün S.(2007), *Addie tasarım modeline göre çoklu öğrenme ortamı geliştirme süreci ve geliştirilen ortam hakkında öğrenci görüşleri üzerine bir çalışma*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Baddeley, A. D. (2001). Is working memory still working? *The American Psychologist*, 56, 849-864.
- Cangöz, B. (2011). *Öğrenme ve Bellek: Temel ilkeler, süreçler ve işlemler*. Anı Yay. Ankara.
- C.C.Chang, K.H. Tseng, J.S. Tseng (2011). Is single or dual channel with different English proficiencies better for English listening comprehension, cognitive load and attitude in ubiquitous learning environment?. *Computer Education*, 57 (4), pp. 2313-2321.
- Clark, R. C., Nguyen, F., & Sweller, J. (2006). *Efficiency in learning: Evidence-based guidelines to manage cognitive load*. San Francisco: Pfeiffer.
- Çetin, O. ve Günay, Y. (2010). Fen eğitiminde web tabanlı öğretimin öğrencilerin akademik başarılarına ve tutumlarına etkisi. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(38), 19-34.
- Dinçol Özgür S., (2011). *Türetimci Çoklu Ortamın Öğretmen Adaylarının Öğrenme Stilllerine Göre Başarı, Tutum Ve Kalıcılığa Etkisi İle Öğretmen Adaylarının Ortama Yönelik Görüşleri*. Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi FBE, Ankara.
- Efendioğlu A., (2012), *Çoklu Ortam Benzetimlerinin Fen Öğretiminde Uygulanması ve Öğretmen Adaylarının Bilişsel ve Duyuşsal Özelliklerine Etkisinin İncelenmesi*. Doktora tezi. Mersin Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Mersin.
- Eitel, A., Scheiter, K., & Schüler, A. (2013). How inspecting a picture affects processing of text in multimedia learning. *Applied Cognitive Psychology*, 27, 451-461.
- Issa, M., Schuller, M., Santacaterina, S., Shapiro, M., Wang E., Mayer R.E., & DaRosa, D.A. (2011). Applying multimedia design principles enhances learning in medical education. *Medical Education*, 45, 818-826.

- İzmirli S. (2012), *Öğrenen ve Sistem Hızında İlerleyen Farklı Çoklu Ortam Sunum Türlerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi*. Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Kablan Z. ve Erden M. (2008). "Bilişsel Yük Kuramına Göre Çoklu Ortam Öğretim Materyallerinin Tasarım İlkeleri", *Çağdaş Eğitim*, 33, 5-10.
- Kalyuga S. (2009), *Cognitive Load Factors In Instructional Design For Advanced Learners*, Nova Science Yat. Newyork.
- Seçkin Kapucu, M. (2016). Fen ve Teknoloji Dersinde Görsel Medya Kullanımına Yönelik Fen Bilgisi Öğretmenlerin Görüşleri. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 4 (2), 75-90.
- Katırcı E.(2010), *Farklı Çoklu Ortamların Öğrencilerin Mekanik Konusundaki Kavram Yanılgılarının Giderilmesine ve Bilişsel Yüklenmelerine Etkilerinin İncelenmesi: Görsel uzamsal Zekâ Boyutunda Bir Analiz*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kılıç E. (2013). *Öğretim Teknolojilerinin Temelleri: Teoriler, Araştırmalar, Eğilimler*, Editörler:Çağiltay K. ve Göktaş Y., Pegem Yay., Ankara.
- Mayer, R. E. (2009). *Multimedia learning (2. Baskı)*. New York, USA: Cambridge University Press.
- Liu, Y., & Szabo, Z. (2009). Teachers' attitudes toward technology integration in schools: a four-year study. *Teachers and Teaching: Theory and Practice*, 15 (1), 5-23.
- Morrison G.R., Ross S. M. ve Kemp J.E. (2012), *Etkili Öğretim Tasarımı*, Uğur Yay., İstanbul.
- Mutlu, D. (2010). *Farklı Dikkat Türlerine Göre Hazırlanmış Çoklu Ortam Öğretim Tasarımlarının Farklı Kısa Süreli Bellek Kapasitesine Sahip Öğrenenlerin Geri Getirme Performanslarına Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi.
- Rey, G.D., & Steib, N. (2013). The Personalization Effect in Multimedia Learning: The Influence of Dialect. *Computers in Human Behavior*, 29:2022-2028.
- Sağlıker Ş. (2009), *Yapılandırmacı Öğrenme Kuramına Dayalı Olarak Kütle Çekim Kanunu Konusunda Hazırlanan Ders Yazılımının Öğrencilerin Akademik Başarısına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi.Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Sezgin, M. E. (2009). *Çok ortamlı öğrenmede bilişsel kuram ilkelerine göre hazırlanan öğretim yazılımının bilişsel yüke, öğrenme düzeylerine ve kalıcılığa etkisi*. Doktora tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.

- Solso R.L., Maclin M.K. ve Maclin O.H. (2008), *Bilişsel Psikoloji* (A. Ayçiçeği, Çev.). İstanbul:Kitabevi Yay.
- Spector J.M., Merril M.D., Merrienboer J.V. ve Driscoll M.P. (2007), *Handbook of research on educational communications and technology*, New York, LEA Yay.
- Sorden S.D. (2012), *The Cognitive Theory of Multimedia Learning*, 04 Nisan 2018 tarihinde [http://sorden.com/portfolio/sorden\\_draft\\_multimedia2012.pdf](http://sorden.com/portfolio/sorden_draft_multimedia2012.pdf) adresinden erişildi.
- Taşçı G. Ve Soran S.(2008), Hücre Bölünmesi Konusunda Çoklu Ortam Uygulamalarının Kavrama Ve Uygulama Düzeyinde Öğrenme Başarısına Etkisi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 34.
- Üstündağ, M. T. ve Güyer, T. (2017). Öğrenenlerin Sosyal Etkileşim Araçlarının Yer Aldığı Çevrimiçi Öğrenme Ortamına İlişkin Uyarılama Tercihleri ve Görüşleri, *International Journal Of Eurasia Social Sciences*, Vol: 8, Issue: 30, pp. (1807-1831).
- Yekta M.(2004). *Çoklu Ortam Araçları Kullanılmış Web Tabanlı Uzaktan Mesleki Teknik Eğitimin Geleneksel Mesleki Teknik Eğitime Göre Öğrenci Başarısına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Yeşiltaş E. (2010). *Sosyal Bilgiler Öğretimine Yönelik Geliştirilen Bilgisayar Yazılımının Akademik Başarı ve Tutuma Etkisi*. Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.



# TÜRKİYE’DE VERGİ-TÜKETİM İLİŞKİSİ: ALKOL VE TÜTÜN ÜRÜNLERİNE YÖNELİK BİR SAHA ARAŞTIRMASI<sup>1</sup>

## Tax-Consumption Relationship in Turkey: A Survey on Alcohol and Tobacco Products

Gönderim Tarihi: 09.06.2018

Kabul Tarihi: 09.11.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492515

Murat ÇETİN\*  
Ersan ÖZKAN\*\*

**ÖZ:** Günümüzde ülkeler sosyal ve ekonomik etkileri nedeniyle alkol ve tütün ürünleri üzerinde önemli mali politikalar uygulamaktadırlar. Temel bir maliye politikası aracı olarak vergiler, toplum sağlığını tehdit eden bu tür ürünlerin tüketimini azaltmaya yönelik kullanılmaktadır. Ancak, burada önemli olan uygulanan vergi politikalarının etkin olup olmadığıdır. Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye’de alkollü içecekler ve tütün ürünlerinde uygulanan vergi politikalarının etkinliğini değerlendirmektir. Bu çerçevede, alkollü içecekler ve tütün ürünlerinin tüketimine yönelik bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Araştırmada t-testi, ANOVA ve korelasyon analizi uygulanmıştır. Sonuçlar, eğitim ve sağlığın tüketim üzerinde belirleyici rol oynadığını ortaya koymakta ve Türkiye ekonomisi ile ilgili bazı önemli politika önerilerini de sunabilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** ÖTV, Alkollü İçecekler, Tütün Ürünleri, Tüketim.

**ABSTRACT:** In recent years, countries have implemented important fiscal policies on alcohol and tobacco products owing to their social and economic effects. Taxes as a main instrument can be used to reduce consumption of these products which threaten community health. But here, it is very important whether or not tax policies are efficient. The main aim of this study is to evaluate the effectiveness of tax policies applied for alcohol and tobacco products in Turkey. In this context, a survey on consumption of alcohol and tobacco products

<sup>1</sup> Bu çalışma “Alkol ve Tütün Ürünlerinde Uygulanan Özel Tüketim Vergileri ve Tüketim İlişkisi Çerçevesinde Türkiye Örneği” adlı yüksek lisans tezinden uyarlanmış olup, 17-18 Kasım 2017 tarihinde düzenlenen ICOMEP’17 AUTUMN kongresinde sunulmuştur.

\* Prof. Dr., Namık Kemal Üniversitesi /İ.İ.B.F./ İktisat/İktisat A.B.D., mchetin@nku.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-7886-4162.

\*\* Maliye Bilim Uzmanı, Namık Kemal Üniversitesi /Sos. Bil. Ens./ Maliye A.B.D., ersan.ozkan@adalet.gov.tr., ORCID ID: orcid.org/0000-0002-9621-7858.

is carried out. In this survey, t-test, ANOVA and correlation analysis are applied. The results reveal that education and health factors are the main determinants of consumption and also can provide some important policy implications for Turkish economy.

**Keywords:** Excise Tax, Alcoholic Drinks, Tobacco Products, Consumption.

## GİRİŞ

Vergiler ilk dönemlerde devletlerin kamu harcamalarını karşılamak için fiskal amaçlar doğrultusunda alınan bir kamu geliri iken, ilerleyen dönemlerde sosyal, ekonomik ve siyasi yaklaşımlar doğrultusunda ekstra-fiskal amaçlara da hizmet eden bir yapıya bürünmüştür. Son yıllarda vergilemede sosyal amaçlar önem kazanmıştır.

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde sosyal politikaların uygulanmasında en çok başvurulan vergi çeşidi özel tüketim vergileridir. Özel tüketim vergilerinin sosyal amaçları arasında negatif dışsallığa sahip ürünlerin tüketimin neden olduğu sosyal maliyetleri en aza indirme çabası yatmaktadır. Zira negatif dışsallığa sahip ürünlerin neden olduğu sosyal maliyetler devletlerin ekonomilerini olumsuz etkilemektedir.

Bir ekonomik birimin gerçekleştirdiği faaliyetin başka bir ekonomik birimi veya birimleri olumsuz etkileme durumu negatif dışsallık olarak adlandırılmaktadır (Kargı ve Yüksel, 2010: 187). Negatif dışsallığa sahip ürünlerin olumsuz etkilerin ortadan kaldırılmasında ve tüketim tercihlerinin değiştirilmesinde vergilerin kullanılabilmesi fikrini ilk ortaya atan kişi Arthur Cecil Pigou dur. Bu vergiler "Pigouvian" vergileri olarak ta bilinmektedir. Türkiye'de ÖTV'nin (III) sayılı listesinde yer alan alkollü içecekler ve tütün ürünleri üzerinde "Pigouvian" tipi vergileme söz konusudur.

Alkollü içecekler ve tütün ürünleri, tüketicilerin sağlığı üzerinde olumsuz etkilere neden olmaktadır. Ortaya çıkan bu etkiler doğrudan ve dolaylı yollarla devletin sağlık, adalet ve güvenlik gibi kamusal harcamalarında artış yaşanmasına neden olmakta ve tüm toplumu etkilemektedir. Hem toplum sağlığını korumayı hem de kamu harcamalarında tasarrufu hedefleyen devlet, bu ürünlere özel tüketim vergisi uygulayarak, tüketim oranını kontrol altına almayı ve tüketimini azaltmayı hedeflemektedir.

## LİTERATÜR TARAMASI

Alkollü içecekler ile tütün ürünlerinin bağımlılık ve alışkanlıklara neden olan maddeler olması sebebiyle, psikolojik olarak tutum ve davranışlar üzerinde belirgin etkiler meydana getirdikleri bilinmektedir (Gergerlioğlu, 2015: 19). Bu

ürünler üzerinde uygulanan vergi politikalarının başarısı konusunda farklı görüşler ortaya çıkmıştır. Bu görüşlerden bir kısmı alkollü içecekler ve tütün ürünlerinde uygulanan vergilemenin ürünlerin tüketiminin azaltılmasında olumlu etkiler yaratmadığı, bir kısmı ise olumlu etkiler yarattığı üzerinde durmaktadır. Alkollü içecekler ve tütün ürünlerine yönelik yapılan çalışmalar arasında:

Hayrullahoğlu (2015:107-108), alkollü içkiler ve tütün mamullerinin talep esnekliğine sahip olması nedeni ile sigara kullanımı ve alkol tüketimine yönelik yasakların uygulamaya konulduğu yıllarda iç pazar ve kaçakçılıkta azalmalar görüldüğü; ancak ilerleyen yıllarda kaçakçılık faaliyetlerinin tekrar artış gösterdiğini belirtmektedir. Bununla birlikte vergi oranı ve yasakların talebin kısılmasında tek başına etkili olmadığı, kaçak tüketimi engellemek için vergi oranı ve miktarlarının makul seviyelere düşürülmesi gerektiğinden söz etmektedir.

Avcı ve Demirci (2017:58-59), Ramsey’in Ters Esneklik Kuralı gereği esnekliği düşük olan malların yüksek oranda vergilendirilmesine yönelik uygulamayı haklı bulduklarını; ancak alkol ve tütün mamullerinin ek vergiler ile fiyatı artırdığında dahi tüketimin düşmediğinden söz etmektedirler. Türkiye’de 2007-2016 yıllarını kapsayan on yıllık süreçte vergilemenin alkollü içkiler açısından başarısız olduğunu, sigara açısından da kısmen bir başarı sağladığından bahsetmektedirler.

Uğur ve diğerleri (2010: 12-13), gerçekleştirdikleri çalışmalarında Türkiye’de kişi başı sağlık harcamaları ile tütün tüketim miktarları arasında aynı yönlü bir ilişki bulunduğunu, Türkiye’de sigara üzerindeki dolaylı vergi artışlarının sigara tüketimini azalttığı ve sigara tüketiminin düşmesinin de kişi başına düşen sağlık harcamalarında azalma beklentisini karşılayabileceği sonucuna yer vermişlerdir. Yine aynı çalışmada sigara üzerindeki dolaylı vergi oranları ile sigara tüketimi arasında ters yönlü bir ilişki olmasından dolayı tahmin edilen regresyon denkleminde göre, kişi başına sağlık harcamasının düşeceğinin beklendiği belirtilmektedir.

Oğuztürk ve Güçlü (2012: 104), analiz sonuçlarında Türkiye’de sigara tüketimini azaltmak için sigara fiyatlarına enflasyon oranında yüklenen ağır vergiler ve yapılacak zamlarla sigara fiyatlarının yukarıya çekilmesi ile şehirler ve kırsalda eğitim düzeyinin yükseltilecek sigara konusunda eğitici yayın ve programların artırılması gibi iki önemli tedbir üzerinde durdukları dikkati çekmektedir.

Gergerlioğlu (2014: 68), yapmış olduğu araştırmasında tütün ürünleri ve alkollü içecekler üzerine salınan vergilerin düşük eğitime sahip kişiler düzeyinde daha fazla desteklendiği ve ülke ve kültürlerde eğitim değişkenine göre vergisel tepkilerin farklı sonuçlar meydana getirdiği sonuçlarını elde etmiştir. Buy-



rukoğlu vd. (2016: 29), yaptıkları çalışmalarında sigara ve alkollü içeceklerin tüketiminin azaltılmasına yönelik olarak arttırılan nispi ve maktu vergi oranlarının alkollü içeceklerin tüketiminde tam aksine ciddi artışlar meydana geldiği ve vergilemenin tüketimi azaltmada amacına ulaşmadığı, sigara tüketiminde ise 2004 yılından 2014 yılına kadar geçen sürede ciddi bir azalmanın meydana geldiği, bu azalmada “%100 Dumansız Hava Sahası” düzenlemesinin etkili olduğu sonucu üzerinde durulmaktadır.

Uğur ve Kömürçüler (2015: 342-343), gerçekleştirdikleri çalışmalarında sigaradaki vergi artışları sonucu artan sigara fiyatları karşısında sigarayı bırakma eğilimlerinin daha yüksek olacağı, etkin bir vergilemeyle sigaraya bağlı ölüm ve hastalıklarda azalma görülebileceği bununla sağlık harcamalarını ve dolaşısıyla kamu gelirlerini arttıracacağı sonuçlarına yer vermişlerdir.

Pinilla ve diğerleri (2002), çalışmalarında genç bireylerin tütün ürünleri kullanımını etkileyen faktörleri bireysel, sosyal, ailesel ve eğitimlerine ilişkin unsurları dikkate alarak tahmin etmişlerdir. Çalışmada lojistik regresyon yardımıyla yatay-kesit analizler gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın bulgularında alkol kullanan gençlerde sigara kullanımının da söz konusu olduğu ve sigara kullanımındaki bireysel farklılıkların genelde eğitimsel faktörler ile açıklanabildiğini ortaya koymuştur.

Önder (2013), gerçekleştirdiği araştırmasında sigaradaki fiyat artışlarının hane halkının sigara içme olasılığını ve içilen sigara paketi sayısının azaltmasında etkili olduğunu, ancak hane halkının gelir seviyesindeki yükselişin sigara içme olasılığını ve içilen sigara paketi sayısını arttırdığını belirlemiştir. Yine aynı araştırmada eğitim seviyesi yüksek bireylerin sigara içme olasılığının eğitim seviyesi düşük bireylere oranla daha az olduğu sonuçlarını elde etmiştir.

Chaloupka, F. J ve diğerleri (2012) yapmış oldukları araştırmalarında tütün ürünlerinin vergilendirilmesinden elde edilen vergi gelirlerinin tütün kontrolü, sağlık promosyonu veya diğer sağlık faaliyet ve programlarını desteklemek için kullanılmasının sağlık üzerinde olumlu bir etki meydana getireceği ve yüksek oranlı vergilerin zararlı ekonomik etkilere sahip olduğuna dair muhalif argümanların yanlış veya abartılmış olduğu sonuçlarına yer vermişlerdir

Chaloupka IV, Frank J. ve diğerleri (2010), yapmış oldukları bir başka araştırmalarında ise tütün ürünleri üzerindeki özel tüketim vergilerinin, ad valorem vergilere kıyasla mali politika hedeflerini yerine getirmede ve kamu sağlığı hedeflerine ulaşmada verimli bir politika aracı olduğu sonucuna varmışlardır. Aynı araştırmalarında özel tüketim vergisinin enflasyondan etkilenme olasılığının yüksek olduğu ve tütün ürünleri üreticilerin piyasa gücü ile sigara tüketicilerinin davranış tepkilerinin, vergilerin tüketim etkinliği üzerinde önemli bir rol oynadığı, Tüm tütün ürünleri üzerinde oluşturulabilecek dengeli bir

vergi yapısının fiyat manipülasyonunu azaltmaya yönelik tamamlayıcı etki sağlayacağı sonuçlarını elde etmişlerdir.

Curti D. ve diğerleri (2017), yapmış oldukları araştırmalarında şehirlerin coğrafi konumu, tütün kontrolü, sigara içenlerin etkinliği, sosyal ve kişisel özellikler gibi değişkenlerin yasa dışı sigara tedarikiyle ilişkili olduğunu belirlemişlerdir. Aynı araştırmalarında erkeklerin yasal ve yasadışı sigaralar için potansiyel bir alternatif oluşturduğu ve yasa dışı sigarayı tercih edenlerin muhtemelen, düşük gelir gurubu içerisinde yer aldığı, tütün vergilerini arttıran ülkelerin sınır şehirlerinde kaçakçılığa karşı özel politika müdahalelerinde bulunması gerektiği sonuçlarını elde etmişlerdir.

Chaloupka F. J. ve diğerleri (2002), alkollü içecekler üzerine yaptıkları araştırmalarında her yaşta insanların alkol tüketimine ilişkin davranışlarını analiz ettiklerini, yüksek alkol tüketimine yönelik sorunları olan grupların fiyat artışlarına karşı daha fazla duyarlı oldukları sonuçlarına ulaşmışlardır. Yine aynı araştırmalarında alkollü içecekleri vergilendirme politikalarında cinsiyet, ırk ve etnik kökeni değerlendiren çalışmalardan elde edilecek sonuçların fiyat duyarlılığı hakkında bilgi sahibi olmada yararlı olacağı, alkollü içeceklerin satış fiyatındaki artışların alkol tüketimini azaltmada etkin bir politika aracı olduğu ve alkol tüketimini önemli ölçüde azalttığı sonuçlarını elde etmişlerdir.

Tauras J. A. ve diğerleri (2018), yaptıkları araştırmalarında tütün ürünleri tüketimini kontrol altına alma girişimlerinin devlet harcamaları ile önemli ölçüde ilişkili olduğu sonucu ile devletlerin sigara bıraktırmaya yönelik müdahalelerinin ve sağlık iletişimi alanlarında yaptığı harcamaların sigara satışlarının azalmasında etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Bader P. ve diğerleri (2011), tütün vergilerinin sağlık üzerindeki etkilerini araştırdıkları çalışmalarında yüksek sigara fiyatlarına neden olan tütün vergilerinin, sigara içmeyi düşünenlere veya sigara içenlere karşı caydırıcı bir etkiye sahip olduğu, bu nedenle sigara fiyatını arttırmanın gençler ve genç yetişkinler arasında sigara içmeyi azaltma çok etkili bir politika unsuru olduğu bulgularına ulaşmışlardır.

## ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE YÖNTEMİ

Gerçekleştirilen saha araştırması alkollü içecekler ve tütün ürünleri üzerindeki vergilerin, tüketim ilişkisi çerçevesinde etkileri ve vergileme ile hedeflenen sosyal amaca ulaşılıp ulaşılmadığının ortaya çıkarılmasını amaçlamaktadır. Araştırma belirlenmiş olan illerde bulunan alkollü içecek, tütün ürünleri veya her ikisini kullanan tüketicileri kapsamaktadır. Araştırmada anket yöntemi kullanılmış ve istatistik analiz yapılmıştır. İstatistiksel araştırmalarda, araştırmacıların daha güvenilir sonuçlara ulaşabilmeleri için olasılıklı örnekleme

tercih etmeleri gerekmektedir; ancak, ana kitlenin belirlenmesinin mümkün olmadığı zamanlarda araştırmacılar olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden birine başvurmak zorunda kalabilmektedirler. Gerçekleştirilen bu araştırmada olasılıklı örnekleme yöntemlerinden biri olan rastgele örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Rastgele örnekleme yönteminde, evreni oluşturan her bir elemana örneğe girmek bakımından eşit şans tanınmaktadır. Rastgele örnekleme yönteminin uygulanışında kura yöntemine başvurulabilir. Örneğin: 300 kişilik bir öğrenci grubu içerisinde 30 öğrencinin örnek olarak seçileceğini durumlarda ilk olarak 300 öğrencinin ismi ayrı ayrı kâğıtlara yazılır ve bir torba içerisine konular ve her seferinde tek tek olmak üzere toplamda 30 öğrenci örnek olarak belirlenir. Örnek olarak oluşturulacak grubun sayısı küçük ise seçilme şansının eşitliğini bozmamak adına kurada çekilen öğrencinin isimleri kaydedildikten sonra, torbaya geri atılır. Kayıtlı ismin tekrar çekilmesi durumunda hiçbir işlem yapılmadan torbaya geri konular. Grup büyük ise ismin yazıldığı kâğıt geri atılmayabilir (Pamuk, 2017:8). Rastgele örnekleme yönteminde açıklanan örneğe benzer bir kura çekimi bu araştırma için uygulanmıştır. Bu kapsamda her coğrafi bölge için o bölgede yer alan illerin isimleri kâğıtlara yazılarak kura çekimi gerçekleştirilmiş ve her coğrafi bölgeden üçer il örneklem olarak belirlenmiştir.

<b>Marmara Bölgesi</b>	: Çanakkale, Edirne ve Tekirdağ,
<b>Ege Bölgesi</b>	: Aydın, Muğla ve Kütahya,
<b>Karadeniz Bölgesi</b>	: Ordu, Giresun ve Zonguldak,
<b>İç Anadolu Bölgesi</b>	: Yozgat, Niğde ve Sivas,
<b>Akdeniz Bölgesi</b>	: Osmaniye, Isparta ve Kahramanmaraş,
<b>D. Anadolu Bölgesi</b>	: Malatya, Elazığ ve Kars,
<b>G. Doğu Anadolu Bölgesi</b>	: Mardin, Gaziantep ve Siirt

Türkiye’de alkollü içecek ve tütün ürünleri kullanan kişi sayısına yönelik net bir veri bulunmamaktadır. Alkollü içecekler ve tütün ürünleri kullanıcılarının ana kitle büyüklüğünün belirlenmesinde Türkiye İstatistik Kurumunun 2017 yılı nüfus sayımı ve Türkiye’de yetişkin erkekleri %37,3’ü ve yetişkin kadınların %10,7’sinin sigara kullandığını belirtilen OECD’nin “*Health at a Glance 2015*” raporundan yararlanılarak yapılan hesaplama sonrasında tütün ürünleri kullanan kişi sayısının 20 milyona yakın olduğu tahmin edilmiştir.

Gfk araştırma şirketinin Wall Street Journal Gazetesi için on üç Avrupa Birliği ülkesi, Türkiye, ABD, Rusya ve İsviçre’de yaptığı araştırmada Türklerin %82’sinin hiç içki içmediğine dair elde ettiği sonuç (Cengiz Bilgin, 2008), ve

Türkiye Yeşilay Cemiyetinin yayımladığı alkol raporunda “Türkiye’de 4 milyon alkolik, 13 milyon da alkole meyilli kişi bulunmaktadır” (Varol, 2011: 32) bilgisi neticesinde Türkiye’nin toplam nüfusu içerisinde tahmini 10 milyon – 17 milyon civarında alkollü içecek kullanıcısının olduğu tahmin edilmiştir.

Bu veriler ışığında Türkiye’deki tütün ürünleri kullanan bireylerin ana kitle büyüklüğü 20 milyon, alkollü içecek kullanan bireylere yönelik ana kitle büyüklüğü 17 milyon olarak dikkate alınmıştır. İstatiksel araştırmalarda kullanılan ana kitle büyüklüğüne bağlı tolerans örneklem hacimleri tablosundan yararlanılmış ve %95 güvenilirlik oranına denk gelen minimum örneklem sayısı dikkate alınarak, anket uygulanacak kişi sayısı aşağıdaki yöntem ile hesaplanmıştır.

$$\frac{\text{İl nüfusu}}{\text{Türkiye Nüfusu}} = \text{İlin Türkiye Nüfusuna Oranı}$$

$$\frac{(\%95 \text{ Min. Örneklem Sayısı}) \times (\text{İlin Türkiye Nüfusuna Oranı})}{100} = x$$

K= Anket Uygulanacak Kişi Sayısı

Yapılan hesaplama sonrasında anket uygulanacak kişi sayısı belirlenerek anket uygulaması gerçekleştirilecek illere anket formları gönderilmiştir. İllere gönderilen ve geri dönen anket formları içerisinde eksik bilgilerin ve tutarsız cevapların yer aldığı formlar değerlendirmeye alınmamıştır. Sigara ve tütün ürünleri kullananlar arasından ulaşılmaya hedeflenen 1805 kişilik örneklem sayısına ulaşılmış; ancak alkollü içecek kullanıcılarında ulaşılmaya hedeflenen 1805 kişilik örneklem sayısına ulaşılamamıştır. Alkollü içecek kullanıcısı olarak ulaşılabilen 1064 kişiden elde edilen veriler araştırmaya dâhil edilmiştir.

## ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ VE BULGULARI

### T-Testi Hipotezleri ve Bulguları

H<sup>1</sup>:Tütün ürünleri tüketim sıklığı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H<sup>2</sup>:Tütün ürünlerine ödenen aylık harcama cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H<sup>3</sup>:Tütün ürünleri kullanımının diğer tüketim harcamalarını etkilediği görüşü cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H<sup>4</sup>:Kaçak tütün ürünleri tüketimi cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H<sup>5</sup>:Alkollü içecek tüketim sıklığı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sup>6</sup>:**Alkollü içeceklere ödenen aylık tüketim harcamaları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sup>7</sup>:**Kaçak alkollü içecek tüketimi cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 1:** Cinsiyet Değişkenine İlişkin Bağımsız T-Testi Dağılımı

Alt Boyut	C	N	Ort.	Ss.	F	Anlam
Tütün Ürünleri Tüketim Sıklığı	Kadın	668	489,17	298,36	0,135	<u>0,00</u>
	Erkek	1137	617,16	350,0		
Aylık Tütün Ürünleri Ödemesi	Kadın	668	2,2784	1,1565	0,371	<u>0,00</u>
	Erkek	1137	2,7106	1,2488		
Tütün Ürünlerinin Diğer Tüketim Harcamalarına Etkisi	Kadın	668	1,2650	0,4416	17,481	<u>0,03</u>
	Erkek	1137	1,2208	0,4149		
Kacık Tütün Ürünleri Tüketimi	Kadın	668	2,5793	0,6737	12,093	<u>0,01</u>
	Erkek	1137	2,4969	0,7183		
Alkollü İçecek Tüketim Sıklığı	Kadın	352	4,8892	5,0503	15,350	<u>0,00</u>
	Erkek	712	6,0520	6,6541		
Aylık Alkollü İçecek Ödemesi	Kadın	352	1,6477	1,0545	6,990	<u>0,01</u>
	Erkek	712	1,8427	1,2775		
Kacık Alkollü İçecek Tüketimi	Kadın	352	2,8011	0,4894	16,828	<u>0,03</u>
	Erkek	712	2,7261	0,5731		

Cinsiyet göre T-Testi sonuçları incelendiğinde; hipotez 1-2-3-4-5-6 ve 7 kabul edilmektedir ( $\sigma < 0,05$ ). Bireylerin tütün ürünleri tüketim sıklığı, aylık tütün ürünleri ödemesi, kaçık tütün ürünleri tüketimi ve tütün ürünlerinin diğer tüketim harcamalarını etkilediği görüşü cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Bireylerin alkol tüketim sıklığı, aylık alkollü içecek ödemesi ve kaçık alkollü içecek tüketimi cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

### Anova Testi Hipotezleri ve Bulguları

**H<sup>8</sup>:**Tütün ürünleri tüketim sıklığı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sup>9</sup>:**Tütün ürünlerine ödenen aylık tüketim harcaması yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sup>10</sup>:**Kaçık tütün ürünleri tüketimi yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sup>11</sup>:**Alkollü içeceklerin tüketim sıklığı yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sup>12</sup>:**Tütün ürünleri tüketim sıklığı eğitime göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sup>13</sup>:**Tütün ürünlerine ödenen aylık tüketim harcamaları eğitime göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sup>14</sup>:**Kaçak tütün ürünleri tüketimi eğitime göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sup>15</sup>:**Alkollü içecek tüketim sıklığı eğitime göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sup>16</sup>:**Tütün ürünleri tüketim sıklığı aylık gelire göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sup>17</sup>:**Tütün ürünlerine ödenen aylık tüketim harcaması aylık gelire göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sup>18</sup>:**Kaçak tütün tüketimi aylık gelire göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**H<sup>19</sup>:**Alkollü içecek tüketim sıklığı aylık gelire göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 2:** Yaş Değişkenine İlişkin ANOVA Dağılımı

Alt Boyut	Yaş	N	Ort.	Ss.	F	Anlam
Tütün Ürünleri Tüketim Sıklığı	18-24	373	511,01	294,29	7,058	<b>0,00</b>
	25-34	563	552,80	322,43		
	35-44	514	574,08	323,46		
	45-54	237	642,15	423,34		
	55-64	72	670,00	378,20		
	65 +	46	676,95	323,52		
Tütün Ürünleri Ödemesi	18-24	373	2,2466	1,1700	7,782	<b>0,00</b>
	25-34	563	2,5666	1,1932		
	35-44	514	2,5973	1,1958		
	45-54	237	2,8186	1,3765		
	55-64	72	2,8194	1,3668		
	65 +	46	2,5000	1,1690		
Kaçak Tütün Ürünleri Tüketimi	18-24	373	2,5362	0,6970	3,211	<b>0,00</b>
	25-34	563	2,5435	0,6849		
	35-44	514	2,5272	0,7120		
	45-54	237	2,5654	0,6772		
	55-64	72	2,4861	0,7504		
	65 +	46	2,1304	0,8329		
Alkollü içecek Tüketim Sıklığı	18-24	232	1,6595	1,2062	2,482	<b>0,03</b>
	25-34	310	1,7258	1,1344		
	35-44	303	1,7987	1,2135		
	45-54	152	1,9013	1,2957		
	55-64	42	1,9286	1,1129		
	65 +	25	2,2800	1,6207		

Yaş değişkenine göre yapılan Anova testi sonuçları incelendiğinde; hipotezler 8-9-10 ve 11 kabul edilmektedir ( $\sigma < 0,05$ ). Bireylerin tütün ürünleri tüketim sıklığı, aylık tütün ürünleri ödemesi ve kaçak tütün ürünleri tüketimi yaşa göre farklılık göstermektedir. Bireylerin alkollü içecek tüketim sıklığı yaşa göre farklılık göstermektedir.

**Tablo 3:** Eğitim Değişkenine İlişkin ANOVA Dağılımı

Alt Boyut	Eğitim	N	Ort.	Ss.	F	Anlam
Tütün Ürünleri Tüketim Sıklığı	Okur-yazar	52	647,30	467,11	2,407	<b>0,01</b>
	İlköğretim	131	649,00	398,86		
	Ortaöğretim	168	585,17	320,61		
	Lise	564	569,92	334,35		
	Yüksekokul	333	551,68	297,08		
	Lisans	487	540,86	335,69		
	Y. Lisans	60	599,50	308,00		
Tütün Ürünleri Ödemesi	Doktora	10	698,00	464,44	4,358	<b>0,00</b>
	Okur-yazar	52	2,3077	1,2915		
	İlköğretim	131	2,5878	1,2144		
	Ortaöğretim	168	2,4583	1,1980		
	Lise	564	2,5337	1,2085		
	Yüksekokul	333	2,4835	1,1474		
	Lisans	487	2,5565	1,2686		
Kaçak Tütün Ürünleri Tüketimi	Y. Lisans	60	3,2833	1,3030	6,101	<b>0,00</b>
	Doktora	10	3,4000	2,0655		
	Okur-yazar	52	2,0577	0,8947		
	İlköğretim	131	2,3588	0,7551		
	Ortaöğretim	168	2,4286	0,7468		
	Lise	564	2,5656	0,6777		
	Yüksekokul	333	2,5646	0,6895		
Alkollü İçecek Tüketim Sıklığı	Lisans	487	2,5749	0,6682	3,809	<b>0,00</b>
	Y. Lisans	60	2,5667	0,6978		
	Doktora	10	2,9000	0,3162		
	Okur-yazar	27	10,370	11,087		
	İlköğretim	69	5,3478	5,8957		
	Ortaöğretim	98	6,4286	7,6401		
	Lise	324	5,6111	5,8497		
Yüksekokul	209	5,4306	5,7098			
Lisans	290	4,9621	5,3599			
Y.Lisans	38	7,7632	7,7857			
Doktora	9	7,1111	4,2849			

Katılımcıların eğitim durumu değişkeni dikkate alınarak uygulanan anova testi sonuçları incelendiğinde; hipotez 12-13-14 ve 15 kabul edilmiştir ( $\sigma < 0,05$ ). Bireylerin tütün ürünleri tüketim sıklığı, aylık tütün ürünleri ödemesi ve kaçak tütün ürünleri tüketimi eğitime göre farklılık göstermektedir. Bireylerin alkol tüketim sıklığı eğitime göre farklılık göstermektedir.



**Tablo 4:** Aylık Gelir Değişkenine İlişkin ANOVA Dağılımı

Alt Boyut	Aylık Gelir	N	Ort.	Ss.	F	Anlam
Tütün Ürünleri Tüketim Sıklığı	0-1000	447	482,05	299,10	12,09	<u>0,00</u>
	1001-1500	242	593,14	327,67		
	1501-2000	332	600,81	327,25		
	2001-3000	474	560,00	312,96		
	3001-4000	216	641,48	405,14		
	4001-5000	63	620,47	371,15		
	5001 ve üzeri	31	868,06	430,29		
Tütün Ürünleri Ödemesi	0-1000	447	2,0626	1,1046	30,15	<u>0,00</u>
	1001-1500	242	2,4752	1,0938		
	1501-2000	332	2,6175	1,1270		
	2001-3000	474	2,5949	1,1395		
	3001-4000	216	3,0833	1,3338		
	4001-5000	63	3,1111	1,5461		
	5001 ve üzeri	31	3,9355	1,7689		
Kaçak Tütün Ürünleri Tüketimi	0-1000	447	2,4362	0,7692	5,860	<u>0,00</u>
	1001-1500	242	2,4339	0,7328		
	1501-2000	332	2,4578	0,7133		
	2001-3000	474	2,6287	0,6382		
	3001-4000	216	2,6481	0,6370		
	4001-5000	63	2,6508	0,5999		
	5001 ve üzeri	31	2,6774	0,5992		
Alkollü İçecek Kullanımı Sıklığı	0-1000	252	4,8175	6,4045	2,622	<u>0,00</u>
	1001-1500	139	6,8633	7,1891		
	1501-2000	192	5,1563	5,0688		
	2001-3000	274	5,6496	5,7462		
	3001-4000	139	6,2374	6,4847		
	4001-5000	45	6,1333	6,7339		
	5001 ve üzeri	23	7,8696	6,7642		

Katılımcıların aylık gelir değişkeni dikkate alınarak uygulanan anova testi sonuçları incelendiğinde; hipotez 16-17-18 ve 19 kabul edilmiştir ( $\sigma < 0,05$ ). Bireylerin tütün ürünleri kullanma sıklığı, aylık tütün ürünleri ödemesi ve kaçak tütün ürünleri kullanımı aylık gelire göre farklılık göstermektedir. Bireylerin alkollü içecek kullanım sıklığı da aylık gelire göre farklılık göstermektedir.

### Korelasyon Analizi Hipotezleri ve Bulguları

**H<sup>20</sup>:**Tütün ürünlerini tüketimini bırakma etkeni ile alkollü içeceklerin tüketimini bırakma etkeni arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

**H<sup>21</sup>:**Alkollü içecek ödemesi ile kaçak alkollü içecek tüketimi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H<sup>22</sup>: Vergi yükü ile kaçak tütün ürünleri tüketimi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H<sup>23</sup>: Artan vergi oranları ile alkollü içecek ve tütün ürünleri tüketimi arasında anlamlı ve negatif yönde bir ilişki vardır.

H<sup>24</sup>: Eğitim seviyesi ile tütün ürünleri tüketim sıklığı arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki vardır.

H<sup>25</sup>: Eğitim seviyesi ile alkollü içecek tüketiminin azaltılması arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki vardır.

**Tablo 5:** Tütün Ürünleri ve Alkollü İçecek Bırakma Etkeni

Korelasyonlar		Tütün Ürünlerini Bırakma Etkeni
<b>Hipotez 20 Kabul Edilmiştir.</b>		
Alkollü İçecek Kullanımı Bırakma Etkeni	Pearson Correlation	,374
	Sig. (2-tailed)	<b>.000</b>
	N	1064

Bireylerin sigara veya tütün ürünlerini bırakma etkeni ile alkollü içecek kullanımını bırakma etkeni arasında anlamlı ve pozitif korelasyon saptanmıştır. Bireylerde sigara veya tütün ürünleri kullanımı azaldıkça alkol kullanımı da azalmakta, sigara veya tütün ürünleri kullanımı arttıkça alkol kullanımı da artmaktadır ( $\sigma < 0,05$ ). Bu durumda hipotez 20 kabul edilmiştir.

**Tablo 6:** Alkollü İçecek Ödemesi ve Kaçak Alkollü İçecek Kullanımı

Korelasyonlar		Alkollü İçecek Ödemesi
<b>Hipotez 21 Red Edilmiştir.</b>		
Kaçak Alkollü İçecek Kullanımı	Pearson Correlation	<b>-.227</b>
	Sig. (2-tailed)	<b>.000</b>
	N	1064

Bireylerin aylık alkollü içecek ödemesinin yüksek olduğu durumlarda kaçak alkollü içecek kullanım sıklığı ve tercihi az olmaktadır. Bireylerin aylık alkollü içecek ödemesinin düşük olduğu durumlarda ise kaçak alkollü içecek kullanımı ve tercihinin arttırdığı sonucu elde edilmiştir. Bu negatif ilişki neticesinde hipotez 21 red edilmiştir. Alkollü içeceklerde kaçakçılık faaliyetlerinin neden olduğu ticari rant ve tüketim ayrıca incelenmelidir.

**Tablo 7:** Vergi Yükü İle Kaçak Sigara ve Tütün Ürünleri Kullanımı

Korelasyonlar		Vergi Yükü
<b>Hipotez 22 Kabul Edilmiştir.</b>		
Kaçak Tütün Ürünleri Kullanımı	Pearson Correlation	<b>.132</b>
	Sig. (2-tailed)	<b>.000</b>
	N	1805

Tütün ürünleri üzerindeki vergi yükü ile kaçak tütün ürünleri kullanımı arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişki bulunmuştur ( $\sigma < 0,05$ ). Tütün ürünleri üzerinde arttırılan vergi yükü kaçak tütün ürünleri kullanımı da artmaktadır. Tütün ürünleri üzerindeki vergi yükünün azaltılması kaçak tütün ürünleri kullanımı azaltacaktır. Bu nedenle hipotez 22 kabul edilmiştir.

**Tablo 8: Vergi Artışları ve Tüketim**

Korelasyonlar		Tüketim
<b>Hipotez 23 Red edilmiştir.</b>		
Artan Vergi Oranı	Pearson Correlation	<u>.258</u>
	Sig. (2-tailed)	<u>.000</u>
	N	1805

Alkollü içecekler ve tütün ürünlerinde uygulanan vergi oranlarındaki artışlar tüketimi azaltmamaktadır. Aksine az da olsa tüketim üzerinde pozitif etki yaratmaktadır. Artan vergilerin alkol ve sigara tüketimi üzerinde azaltıcı bir etkisi gözlemlenmemiştir ( $\sigma < 0,05$ ). Böylece hipotez 23 hipotez reddedilmiştir.

**Tablo 9: Eğitim Seviyesi ve Sigara ve Tütün Ürünleri Kullanım Sıklığı**

Korelasyonlar		Eğitim
<b>Hipotez 24 Red Edilmiştir.</b>		
Tütün Ürünleri Tüketim Sıklığı	Pearson Correlation	<u>-.068</u>
	Sig. (2-tailed)	<u>.000</u>
	N	1805

Eğitim seviyesi sigara veya tütün ürünleri kullanım sıklığını negatif yönde etkilemektedir. Bireylerin eğitim seviyesi arttıkça sigara veya tütün ürünleri kullanımı da azalacaktır ( $\sigma < 0,05$ ). Bu durumda hipotez 24 red edilmiştir.

**Tablo 10: Eğitim Seviyesi ve Alkollü İçecek Kullanımını Azaltma Yöntemi**

Korelasyonlar		Eğitim
<b>Hipotez 25 Kabul Edilmiştir.</b>		
Alkollü İçecek Kullanımını Azaltma Yöntemi	Pearson Correlation	<u>.095</u>
	Sig. (2-tailed)	<u>.000</u>
	N	1064

Eğitim seviyesi ile alkollü içecekleri azaltma yöntemi pozitif yönde ilişkilidir. Bireylerin eğitim seviyesi arttıkça alkolü azaltma eğilimleri de artacaktır ( $\sigma < 0,05$ ). Bu durumda hipotez 25 kabul edilmiştir.

## DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Alkollü içecekler ve tütün ürünleri üzerine yapılan araştırmalarda birbirlerini destekleyen sonuçların varlığı kadar birbirlerini reddeden sonuçların varlığı da dikkat çekmektedir. Gerçekleştirilen bu saha araştırması örneklem büyüklüğü ve kapsamı bakımından oldukça önemlidir. Araştırmadan elde edilen bulgular arasında bireylerin alkollü içecek ve tütün ürünleri tüketim sıklığı, kaçak tütün ürünleri tüketimi ile tütün ürünleri harcamalarının cinsiyet, yaş, eğitim ve aylık gelire göre farklılık göstermekte olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca bireylerin tütün ürünleri tüketiminin diğer tüketim harcamalarını etkilediği görüşü ile kaçak alkollü içecek tercihi ve alkollü içecek harcamalarının cinsiyete göre farklılık göstermekte olduğu sonuçları elde edilmiştir.

Araştırmada bireylerin tütün ürünleri tüketimini bırakma etkeni ile alkollü içecek tüketimini bırakma etkeni arasında pozitif bir ilişki saptamıştır. Bireylerde sigara ve tütün ürünleri tüketimi azaldıkça alkollü içecek tüketimi de azalmakta, tütün ürünleri tüketimi artıkça alkollü içecek tüketimi de artmaktadır. Aylık alkollü içecek ödemesinin yüksek olduğu durumlarda kaçak alkollü içecek kullanım sıklığı ve tercihinin az olduğu, aylık alkollü içecek ödemesinin düşük olduğu durumlarda ise kaçak alkollü içecek kullanım sıklığı ve tercihinin arttırdığı sonucu elde edilmiştir. Bu durum alkollü içecekler üzerindeki kaçakçılık faaliyetleri ile ilişkilendirilmiştir. Bu nedenle alkollü içeceklerdeki ticari rant ve tüketim ilişkisini ayrıca incelemek gerekmektedir. Öyle ki bu ürünler üzerinde uygulanan özel tüketim vergilerinin neden olduğu fiyat artışları bazı kesimlerce ticari rant olarak değerlendirilmektedir. Bu durum kaçakçılık faaliyetlerinin icra edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Sigara ve tütün ürünleri üzerindeki vergi yükü ile kaçak sigara veya tütün ürünleri kullanımı arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişki bulunmuştur. Araştırmaya katılan bireylerin çoğunluğu kaçak tütün ürünlerini tercih etmelerinin nedeni olarak, vergilemenin ürünler üzerinde neden olduğu fiyat artışlarını göstermektedirler. Saha araştırmasında Ege bölgesindeki bir erkek katılımcının anket formu üzerine düştüğü *“Türk milleti olarak başka yönelecek bir şey yok, sürekli zam gelmesi kullanımı azaltmayacağı gibi bizleri kaçak sigaraya zorluyor”* notu kaçak ürün kullanımına ilişkin dikkat çekici bir ibaredir. Tütün ürünleri üzerindeki vergi yükü arttıkça bireylerin kaçak ürün tüketimi artmakta, vergi yükü azaldıkça kaçak ürün tüketimi azalmaktadır.

Alkollü içecekler ve tütün ürünleri üzerinde uygulanan vergi artışları ürünlerin tüketimini azaltmamaktadır. Bir başka deyişle artan vergilerin alkollü içecekler ve tütün ürünleri tüketimi üzerinde azaltıcı bir etkisi gözlemlenmemiştir. Aksine vergi artışlarının az da olsa ürünlerin tüketimi üzerinde pozitif bir etki yaratmakta olduğu saptanmıştır. Bu durum ülkemizde alkollü içecekler

ve tütün ürünlerinde uygulanan vergi artışlarının ürünlerin tüketiminin bırakılmasında tek başına etkili olmadığının göstergesidir. Zira yapılan araştırmada alkollü içecek ve tütün ürünleri kullanan bireylerin çoğunluğunun, ürünler üzerinde gerçekleştirilen vergi artışlarının ürünlerin tüketimine yönelik tercihlerini değiştiremeyeceğini aynı oranda ürün tüketmeye devam edeceklerini hatta vergi oranlarında olası bir indirimle gidilse dahi tüketim tercihini ve miktarlarını değiştirmeyeceğini belirtmişlerdir.

Araştırmada bireylerin eğitim seviyesinin alkollü içecek ve tütün ürünleri kullanımını etkilemekte olduğu görülmüştür. Bireylerin eğitim seviyesi arttıkça alkollü içecek ve tütün ürünleri kullanımını azalacaktır: lakin araştırmaya katılan bireylerin çoğunluğu alkollü içecekler ve tütün ürünlerinin tüketimini tamamen bırakmalarındaki en büyük etkenin sağlık sorunları, tüketimin azaltılmasına fayda sağlayacak en büyük etkenin ise bu ürünlerinin zararlarına yönelik okullarda verilen eğitimlerin artırılması olduğu görüşündedir.

Türkiye’de alkollü içecekler ve tütün ürünleri üzerinde uygulanan özel tüketim vergilerinin sosyal fayda amacıyla beklenen işlevselliği tam olarak yerine getiremediği ve tüketici tercihlerine yön vermede başarılı bir grafik sergileyemediği görülmektedir. Dolayısıyla toplum sağlığı için zararlı olarak kabul edilen bu ürünlerin tüketiminin kısılmasında vergilerin tek başına etkili olmadığı ve kayıt dışı ekonominin oluşumuna sebebiyet verdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda ürünlerin tüketiminin azaltılmasına yönelik toplumsal bilinçlendirme faaliyetlerinin ve verginin neden olduğu kayıt dışılığın ortadan kaldırılmasına yönelik çalışmaların yapılmasının gerekliliği ortaya çıkmıştır. Toplumsal bilinçlendirme kapsamında alkollü içecekler ve tütün ürünlerinin zararlarına yönelik ilköğretimden başlamak kaydıyla lise çağına kadar icra edilecek kapsamlı ve yoğun eğitim faaliyetlerinin ürünlerin tüketiminin azaltılmasında oldukça etkili olabileceği düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Avcı O. ve Demirci Z. (2017). "Türkiye'de Günah Vergisi Olarak ÖTV III Sayılı Listenin İncelenmesi", *Maliye Araştırmaları – 1, Ekin Yayınları, Bursa 2017, S.47-60.*
- Buyrukoğlu S., Bozdoğan D. ve Köktaş A. M. (2016). "Paternalist Devlet Anlayışının Bir Gereği Olarak Günah Vergileri: Türkiye Örneği" *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Temmuz, 2016; 9(3) S.15-31.*
- Bader, P., Boisclair, D., & Ferrence, R. (2011). "Effect of tobacco taxation and pricing on smoking behavior in high risk populations: a knowledge synthesis", *International journal of environmental research and public health, 8(11), 4118-4139.*
- Cengiz Bilgin D. (06.12.2008). Gfk Araştırdı, Türklerin Yüzde 83'ü 'Hiç Alkol Kullanmaz Çıktı. 01.06.2017 tarihinde [www.hurriyet.com.tr/Gfk-Arastirdi-Turklerin-Yuzde-83-U-Hic-Alkol-Kullanmaz-Cikti-10518988](http://www.hurriyet.com.tr/Gfk-Arastirdi-Turklerin-Yuzde-83-U-Hic-Alkol-Kullanmaz-Cikti-10518988). Adresinden erişildi.
- Chaloupka, F. J., Yurekli, A., & Fong, G. T. (2012). "Tobacco taxes as a tobacco control strategy", *Tobacco control, 21(2), 172-180.*
- Chaloupka IV, F. J., Peck, R., Tauras, J. A., Xu, X., & Yurekli, A. (2010). "Cigarette excise taxation: the impact of tax structure on prices, revenues, and cigarette smoking", (No. w16287). *National Bureau of Economic Research.*
- Chaloupka, F. J., Grossman, M., & Saffer, H. (2002). "The effects of price on alcohol consumption and alcohol-related problems", *Alcohol research and health, 26(1), 22-34.*
- Curti, D., Shang, C., Chaloupka, F. J., & Fong, G. T. (2017). "Tobacco taxation, illegal cigarette supply and geography", *Tobacco control, tobaccocontrol-2017.*
- Gergerlioğlu U. (2015). "Bireysel Psikolojik Unsurlar Bağlamında Özel Tüketim Vergilerinin Değerlendirilmesi", *Yeditepe Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi, International Anatolia Academic Online Journal Social Science Journal, Vol 3 No.1 Yıl: 2015 S.19-28.*
- Gergerlioğlu U. (2014). "Tütünli Ürün ve Alkollü İçecek Vergilerinin Tutumlar Üzerindeki Etkilerinin Eğitim Faktörü Perspektifinde Ampirik Analizi (İstanbul İli Örneği)" *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi Sayı:21 2014 47-68.*

- Hayrullahoğlu B. (2015). “Türkiye’de Tütün Mamuller ve Alkollü İçeceklerde Özel Tüketim Vergisinin Başarısı”, *Journal Of Life Economics* 2015 S. 89-111.
- Kargı V. ve Yüksel C. (2010), “Çevresel Dışsallıklarda Kamu Ekonomisi Çözümleri”, *Maliye Dergisi, Sayı:159 S:(183-202)*.
- Organization for Economic Development and Cooperation (Oecd). (2015). “Health At A Glance 2015”, 10.09.2016 tarihinde [www.health.gov.il/Publicationsfiles/Healthataglance2015.Pdf](http://www.health.gov.il/Publicationsfiles/Healthataglance2015.Pdf) adresinden erişildi
- Oğuztürk B. S. Gülcü Y. (2012). “Türkiye’de Sigara Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Analizi”, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, Yıl:2012, C:4, S:2, S. 99-105*.
- Önder Z. “Türkiye’de Sigara Fiyatları ve Tüketim İlişkisi” Toraks Derneği, Tütün Kontrol Uzmanlığı Kursu, 01.12.2017 tarihinde [www.toraks.org.tr/Userfiles/File/Tr%20sigar\\_Fiyatlari-Zeynep\\_Onder.Pdf](http://www.toraks.org.tr/Userfiles/File/Tr%20sigar_Fiyatlari-Zeynep_Onder.Pdf), adresinden erişildi.
- Pamuk S. (2017). “Arşivsel Örnekleme Yöntemlerinin Arşiv Serileri/Sınıfları Üzerinde Uygulanması”, *Bilgi ve Belge Araştırmaları Dergisi The Journal Of Information And Documentation Studies Sayı/Number: 8, Sayfa/Pages: 1-41, İstanbul, Kış/Winter 2017*.
- Pınalla, J., Gonzales, B., Barber, P. And Santana, Y., (2002), “Smoking In Young Adolescents: An Approach With Multilevel Discrete Choice Models”, *Journal Of Epidemiol Community Health, 2002, March, 56(3): 227-232*.
- Tauras, J. A., Xu, X., Huang, J., King, B., Lavinghouze, S. R., Sneegas, K. S., & Chaloupka, F. J. (2018). State tobacco control expenditures and tax paid cigarette sales. *PloS one, 13(4), e0194914*.
- Türkiye İstatistik Kurumu (Tuik), (2017), “Nüfus Bilgileri”, 25.03.2017 tarihinde [tuik.gov.tr/Prehaberbultenleri.Do?İd=27594](http://tuik.gov.tr/Prehaberbultenleri.Do?İd=27594) adresinden erişildi
- Uğur A. ve Kömürcüler E. (2015). “Türkiye’de Sigaranın Vergilendirilmesinin Etkinliği” *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Y.2015, C.20, S.4, S.327-346*.
- Uğur A. A., Akdemir E., Gürsel E. (2010). “Sigara Ve Alkol Üzerindeki Dolaylı Vergilerin Sağlık Harcamaları Üzerindeki Etkisi” *Ekonomi Bilimleri Dergisi, Cilt 2, Sayı 1, 2010 Issn: 1309-8020 (Online)*.
- Varol M. (2011), “Alkol Raporu”, *Türkiye Yeşilay Cemiyeti, Mayıs.2011, İstanbul*.





# KÜRESEL KRİZ SONRASI GELİŞMİŞ ÜLKE MERKEZ BANKALARININ NEGATİF FAİZ ORANI POLİTİKASI UYGULAMALARI: BİR DEĞERLENDİRME

## Negative Interest Rate Policy Experience of Central Banks in Advanced Country after the Global Crisis: An Evaluation

Gönderim Tarihi: 24.04.2018

Kabul Tarihi: 21.11.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492892

Meryem FİLİZ BAŞTÜRK\*  
Emin ERTÜRK\*\*

**ÖZ:** 2008 Finansal krizinin ardından geleneksel politika aracı olarak kullanılan kısa vadeli faiz oranları gelişmiş ülke merkez bankaları tarafından sıfıra yakın düzeye indirilmiştir. Böylece kısa vadeli faiz oranının bir politika aracı olarak uygulanma imkânı ortadan kalkmıştır. Bu durum, gelişmiş ülke merkez bankaları arasında geleneksel olmayan para politikalarının uygulama alanını genişletmiştir ve bu politika setine son olarak negatif faiz politikasının da eklendiği gözlemlenmektedir. Negatif faiz politikasının amacı, merkez bankalarında tutulan aşırı rezervleri azaltarak özel sektöre kullanılacak olan kaynakları arttırmak ve böylece ekonomik canlanmaya katkı sağlamaktır. Çalışmada sıra dışı bir para politikası aracı olan negatif faiz oranı politikası incelenmiştir. Bu doğrultuda negatif faiz oranı politikasını uygulayan merkez bankalarının deneyimlerine yer verilmiştir. Politikanın uygulanma süresi dikkate alındığında sonuçlarına dair kesin bir değerlendirme yapmak mümkün değildir. Ancak geleneksel olmayan ve kısmen yaygınlaşan uygulamaların etkileri para politikasına ilişkin güncel tartışmaları kavrayabilme açısından önem taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Negatif Faiz Oranı, Ülke Deneyimleri, Küresel Kriz, Geleneksel Olmayan Para Politikası.

**ABSTRACT:** Short-term interest rates used as conventional policy tools were lowered to near zero by developed country's central banks following the financial crisis of 2008. As a result, the possibility of using short-term interest rates as a policy tool disappeared. This situation gave central banks of developed countries more opportunity to adopt unconventional policy tools, and it can be observed that negative interest rate policy was

\* Dr. Öğr. Üyesi, Uludağ Üniversitesi/İİBF/İktisat/İktisat Politikası, meryemfiliz@uludag.edu.tr, ORCID ID: [orcid.org/0000-0002-9085-2295](https://orcid.org/0000-0002-9085-2295).

\*\* Prof.Dr., Uludağ Üniversitesi/İİBF/İktisat/İktisadi Gelişme ve Uluslararası İktisat, eerturk@uludag.edu.tr, ORCID ID: [orcid.org/0000-0003-2469-4417](https://orcid.org/0000-0003-2469-4417).

finally included into this policy set. The purpose of negative interest rate policy is to increase the resources that will be used by the private sector by decreasing excessive reserves kept at central banks, thereby contributing to economic recovery. This paper deals with negative interest rate policy as a tool of unconventional monetary policy that central banks of some developed countries have adopted. In this way experiences of central banks which carry on negative interest rate policy were evaluated. Although it is hard to outline a definite judgement about this policy's consequences considering the short period of time in practice it is important to appreciate unconventional and partly prevalent implementations in the sight of current monetary policy contest.

**Keywords:** Negative Interest Rate, Experiences of Countries, Global Crisis, Unconventional Monetary Policy.

## GİRİŞ

2007 yılında ABD'de başlayan finansal kriz 2008 yılının Eylül ayında Lehman Brothers'ın iflası ile küresel bir boyut kazanmıştır. Krize karşı gelişmiş ülke merkez bankaları tarafından geleneksel ve geleneksel olmayan para politikası araçları kullanılarak tepki verilmiştir. Bu doğrultuda öncelikle geleneksel politika aracı olarak kullanılan kısa vadeli faiz oranları sifıra yakın bir düzeye indirilmiştir. Merkez bankalarının kriz sonrası yaşamış olduğu bu yeni deneyim<sup>1</sup> faiz oranları üzerinde "sıfır alt sınırı" olarak adlandırılmıştır. Kısa vadeli faiz oranlarını kullanarak politika yapma imkânının ortadan kalktığı söz konusu koşullar altında gelişmiş ülke merkez bankaları tarafından geleneksel olmayan para politikası araçlarının kullanımına geçilmiştir. Negatif faiz oranı politikası da bazı merkez bankaları tarafından geleneksel olmayan para politikası aracı olarak niceliksel genişleme, sözle yönlendirme gibi politikaların ardından uygulamaya konulmuştur. Bu zenginleştirilmiş yöntemler, para politikasının uygulama alanını genişletmektedir. Negatif faiz oranının içinde yer aldığı yenilikçi araçlar, daralma ve daralma sonrası dönemlerde iktisadi iyileşmenin sağlanması için, merkez bankaları tarafından politika tasarımlarında giderek daha fazla yer almaktadır.

İlk olarak İsveç Merkez Bankası (Riksbank) tarafından uygulanan negatif faiz oranı politikası, daha sonra Danimarka Merkez Bankası (DN), Avrupa Merkez Bankası (ECB), İsviçre Merkez Bankası (SNB), Japon Merkez Bankası (BoJ) ve son olarak Macaristan Merkez Bankası (MNB) tarafından uygulamaya konulmuştur. Ancak politikanın uygulanma gerekçeleri, merkez bankaları arasında farklılaşma, ekonomilerin içinde bulunduğu durum gibi nedenlerle, uygulamanın heterojen olması sonucunu doğurmuştur. Bu bağlamda Avrupa Mer-

<sup>1</sup> Japonya bu duruma bir istisna oluşturmaktadır. Japonya'da 1990'lar boyunca politika faiz oranı sifıra yakın bir düzeyde seyretmiştir (Camey, 2013: 13).

kez Bankası (ECB), İsveç Merkez Bankası (Riksbank) ve Japon Merkez Bankası (BoJ) tarafından negatif faiz politikası devam eden resesyona karşı uygulanmış, Danimarka Merkez Bankası (DN) ve İsviçre Merkez Bankası (SNB) tarafından ise kendi paraları üzerindeki değerlenme baskısını azaltarak, ülkelere olan sermaye akımlarını önlemek için yürürlüğe konulmuştur (Bech ve Malkhozov, 2016; Turk, 2016; McAndrews, 2015; Jackson, 2015; Jobst ve Lin, 2016).

Çalışmanın amacı, krizden önceki dönemde teorik olarak uygulanması imkânsız görülen bu politikanın uygulanma gerekçelerini açıklamak ve geleceğine yönelik bir değerlendirmede bulunmaktır. Bu doğrultuda çalışmada ilk bölümde finansal krizin ardından merkez bankalarının çeşitlenen araçlarından bahsedilmiştir. İkinci bölümde bu araçlar setine son olarak eklenen negatif faiz oranı politikası üzerinde durulmuştur. Üçüncü bölümde bu politikanın etkileri değerlendirilmiştir. Dördüncü bölümde politikayı uygulayan merkez bankalarının deneyimlerine yer verilmiştir. Sonuç kısmında ise hem olumlu, hem de olumsuz etkileri içerisinde barındıran bu politikanın genel bir değerlendirilmesi yapılmıştır.

## FİNANSAL KRİZİN ARDINDAN MERKEZ BANKALARININ DEĞİŞEN ARAÇLARI

Finansal krizden önceki dönemde merkez bankaları arasında para politikasının temel prensipleri üzerinde görüş birliği sağlanmıştır. Literatürde bu ilişki “esnek enflasyon hedeflemesi” olarak adlandırılmaktadır (Mishkin, 2014: 23-24). “Esnek enflasyon hedeflemesi”, para politikasının birincil amacının enflasyon olduğunu ve merkez bankası tarafından politika faiz oranı oluşturulurken enflasyonun hedefe yakın stabilize edilmesi yanında, reel ekonominin de stabilize edilmesini içermektedir<sup>2</sup> (Palmqvist, 2007: 62; Svensson, 2009a: 1; Walsh, 2009a: 2). Krizden önce “esnek enflasyon hedeflemesi” hem akademisyenler, hem de politika uygulayıcılar açısından para politikası için en uygun yapı olarak kabul edilmiştir. İlk olarak Yeni Zelanda’da uygulamaya konulan enflasyon hedeflemesi rejiminin değişik formları<sup>3</sup> çeşitli merkez bankaları tarafından kullanılmıştır (Svensson, 2003: 9; Walsh, 2009a: 34; Walsh, 2009b: 196; Reichlin ve Baldwin, 2013: 10).

<sup>2</sup> Aksi biçimde katı enflasyon hedeflemesi, sadece enflasyonu stabilize etmeyi amaçlamaktadır. Karşılaştırma için bkz. (Svensson, 2009a: 1).

<sup>3</sup> Mesela esnek enflasyon hedeflemesi rejimini uygulayan Yeni Zelanda, İsveç, Norveç, Çek Cumhuriyeti ve İzlanda merkez bankaları tarafından gelecekte faiz oranlarının alacağı tahmini değerler yayınlanmasına rağmen, enflasyon hedeflemesi uygulayan diğer ülkelerin merkez bankaları tarafından açıklanmamaktadır (Walsh, 2009b: 217). Ayrıca ABD’de Fed tarafından yıllarca örtük (implicit) enflasyon hedeflemesi uygulanmıştır (Rose, 2007: 664).

Enflasyon hedeflemesi rejiminde, merkez bankaları tarafından para politikası aracı olarak kısa vadeli faiz oranları kullanılmaktadır. Kısa vadeli nominal faiz oranındaki değişiklikler ücret ve fiyat yapışkanlıkları vasıtasıyla kısa vadeli reel faiz oranlarını etkilemektedir. Ancak hane halkı ve firmaların tüketim ve yatırım kararları üzerinde asıl belirleyici olan faiz uzun vadeli reel faiz oranıdır. Kısa ve uzun vadeli reel faiz oranları arasındaki ilişki de bekleyişler teorisi aracılığıyla sağlanmaktadır. Zira bekleyişler teorisine göre uzun vadeli faiz oranı gelecekte gerçekleşmesi beklenen kısa vadeli faiz oranının ortalamasına eşittir. Böylece uzun vadeli reel faizler, hane halkı ve firmaların tüketim ve yatırım harcamalarını değiştirerek toplam talep ve enflasyonu etkilemektedir (Taylor, 1995: 14; Loayza ve Hebbel, 2002: 4; Svensson, 2003: 2-3; Mishkin, 2004: 617; Egert ve MacDonald, 2009: 280-281). Krizden önceki dönemde, ekonomide daralma olduğunda kısa vadeli faiz oranı düşürülmekte, enflasyon yükseldiğinde ise kısa vadeli faiz oranı yükseltilmektedir. 2008 krizinin ardından enflasyonist baskı olmaması nedeniyle faizlerin toplam talebi desteklemek amacıyla düşürüldüğü bir süreç başlamıştır.

Krizin 2008 Eylül ayında Lehman Brothers'ın iflasının ardından küresel bir nitelik kazanmasıyla birlikte gelişmiş ülke merkez bankaları tarafından geleneksel para politikası aracı olarak kullanılan kısa vadeli faiz oranları sıfıra yakın bir düzeye indirilmiştir. Ancak bu politika finansal krizin ekonomiler üzerinde yarattığı tahribatı önlemede yetersiz kalmıştır. Zira Büyük Depresyondan sonra küresel ölçekte bu kadar büyük bir kriz yaşanmamıştır. Kısa vadeli faiz oranlarının ekonomileri canlandırmada yetersiz kalması, merkez bankalarına geleneksel olmayan para politikası araçlarını kullanma zemini hazırlamıştır (Blomquist vd., 2011: 83). Söz konusu araçlar Mishkin'i (2014: 37) takiben dörde ayrılarak sınıflandırılabilir. Bunlardan ilki bankalara ve finansal kurumlara "likidite desteğinin sağlanması"dır. İkincisi, hem kamu menkul kıymetleri, hem özel sektör varlıklarının alımlarını içeren "varlık alım programları"dır. Üçüncüsü, merkez bankalarının bilançosunu önemli ölçüde genişleten "niceliksel genişleme"dir. Dördüncüsü, merkez bankalarının faiz oranlarını uzun süre düşük düzeyde tutacaklarını taahhüt ederek bekleyişleri yönetme politikasını ifade eden "sözle yönlendirme"dir. Geleneksel olmayan para politikaları araçları setine son olarak negatif nominal faiz oranı politikası<sup>4</sup> eklenmiştir (Vinals vd., 2016: 1). Bu politika aracının eklenmesiyle birlikte üçlü sınıflandırmayı tercih eden çalışmalar da mevcuttur. Mesela Borio ve Zabai (2016) tarafından geleneksel olmayan para politikası araçları bilanço politikası, sözle yönlendirme ve negatif faiz oranı politikası olarak ele alınmıştır.

<sup>4</sup> Negatif nominal faiz oranı fikri 19.yy'ın sonlarına doğru Silvio Gesell tarafından ileri sürülmüştür (Ilgmann ve Menner, 2011: 2).

Gelişmiş ülke merkez bankaları tarafından kullanılan tüm bu araçlar, nominal faiz oranlarının sıfıra indiği durumda bile merkez bankalarının ekonomilerini canlandırmak için seçeneksiz kalmadıklarını göstermektedir (Ball vd., 2016: 15). Bu araçların daha önce uygulanmamış olması etkinliklerine dair soru işaretlerinin oluşmasına yol açsa da merkez bankalarına krizden çıkış için bir manevra alanı da sağlamaktadır (Carney, 2013: 13).

Negatif faiz oranı politikası da geleneksel olmayan para politikası aracı olarak uygulamaya konulmuştur. Bu politika bazı merkez bankaları tarafından, politika faiz oranının negatif düzeye indirilmesi, merkez bankalarında tutulan mevduata uygulanan faiz oranlarının negatife düşürülmesi ya da her ikisinin negatif olması şeklinde yürütülmektedir (Jackson, 2015: 2).

## GELENEKSEL OLMAYAN PARA POLİTİKASI ARACI OLARAK NEGATİF FAİZ ORANI

Ticari bankalar, yasal minimum rezerv gerekliliklerini karşılamak ve bankalar arası işlemlerini gerçekleştirmek için merkez bankalarında mevduat tutmaktadır. Merkez bankaları, ticari bankalar tarafından kendilerinde tutulan aşırı rezervlere<sup>5</sup> “mevduat faizi” olarak adlandırılan faiz ödemesinde bulunmaktadır. Ekonomide olağanüstü koşulların olmadığı durumda, merkez bankalarının mevduata ödediği faiz para piyasası faiz oranlarının altında olduğu için bankalar merkez bankalarında tuttıkları aşırı rezervi azaltma yolunu tercih etmektedir (Global Economic Prospects, 2015: 3-4; Arteta vd., 2016: 8-9). Çünkü bankalar için bu aşırı rezervi kredilerde değerlendirmek daha kârlı olmaktadır. Ancak 2008 finansal krizinin ardından faiz oranlarının sıfır veya sıfıra yakın bir düzeye indirildiği, kredi talebinin zayıfladığı, parayı ödünç vermenin riskli olarak algılandığı belirsizlik ortamında bankalar, daha fazla aşırı rezervi merkez bankasında tutmayı tercih etmiştir (Blitzer, 2016: 13). Geleneksel olmayan para politikası araçları setine son olarak eklenen negatif faiz oranı politikası da, merkez bankasında tutulan bu aşırı rezervleri azaltarak özel sektörün daha fazla harcama yapmasını sağlamak ve böylece toplam talebi arttırmak için uygulamaya konulmuştur. Ayrıca küçük açık ekonomiler söz konusu olduğunda negatif faiz oranı politikası, sermaye girişlerini engellemeyi ve yerel para üzerindeki değerlenme baskısını azaltmayı amaçlamaktadır (Vinals vd., 2016: 1).

İktisatta hakim olan görüşe göre, nominal faiz oranları sıfırın altına düşmemektedir. Çünkü elde nakit olarak tutulan paranın getirisi sıfırdır. Bu durum-

<sup>5</sup> Toplam rezervler, zorunlu rezervler ile aşırı rezervlerin toplamından oluşur. Zorunlu rezervler merkez bankası tarafından belirlenen, bankaların bulundurması gereken rezervlerdir. Aşırı rezervler ise, bankaların zorunlu rezervlere ilave olarak tutmayı tercih ettikleri rezervlerdir (Mishkin, 2004: 359).

da hane halkı ve firmalar, devlet tahvili gibi bazı yatırım araçlarından kazana-çağı faiz oranı negatif olduğunda bu araçlara yatırım yapmak yerine ellerinde nakit tutma şeklinde alternatif bir strateji benimseyebilmektedir (Anderson ve Liu, 2013: 12; Svensson, 2009b: 1). Onları bu stratejiden caydıracak şey yatırımlardan elde etmeyi umdukları faiz oranı olmaktadır. Zira nakit her ne kadar mal ve hizmetleri her an satın alabilme kolaylığı sağlasa da, yatırımcıya herhangi bir getiri sağlamamaktadır (Söderström ve Westermarck, 2009: 5-6). Ayrıca elde nakit tutma, güvenlik ve saklama gibi belirli maliyetleri de içerisinde barındırmaktadır. Bu maliyetler negatif faiz oranı politikasına uygulamada rıza gösterme olanağı sağlamaktadır (Coeuré, 2016).

Faiz oranlarına ilişkin konuları, nominal - reel faiz oranı ayrımı bağlamında değerlendirmek gerekir (McAndrews, 2015: 2). Burada ise karşımıza Fisher Eşitliği çıkar. Fisher eşitliğine göre nominal faiz oranı ( $i_N$ ); reel faiz oranı ( $i_R$ ) ile beklenen enflasyon ( $\pi^e$ ) oranının toplamına eşittir (Mishkin, 2004: 79-80). Örneğin nominal faiz oranının yüzde 4, beklenen enflasyon oranının yüzde 2 olduğu bir durumda, reel faiz oranı yüzde 2'ye eşittir. Ekonomide daralma gözlemlendiği zaman merkez bankası tarafından politika faiz oranının düşürülmesi beklenir. Eğer nominal faiz yüzde 2'ye düşürülürse reel faiz sıfıra geriler. Ancak bu düşüş ekonomiyi canlandırmak için yeterli olmayabilir. Verilen bu örneğe göre reel faizler eksi yüzde 2'nin altına düşürülemez. Keza politika faiz oranı sıfır, beklenen enflasyon yüzde 2 olduğunda, reel faizler eksi yüzde 2 olur. Bu reel faiz oranının da ekonomiyi canlandırmaya yeterli olmaması, para politikasının "nominal faiz oranları üzerinde sıfır alt sınırı durumu" ile karşılaşması olarak adlandırılmaktadır. Nitekim son yaşanan kriz bu durumu gözler önüne sermiştir (Amano ve Shukayev, 2010: 4). Kriz sonucu ekonomi resesyona girdiğinde, ekonomiyi canlandırmak amacıyla merkez bankaları tarafından nominal faiz oranları düşürülebilir. Ancak enflasyon bekleyişlerinde düşüş varsa, reel faiz oranları değişmeden kalabilir veya orijinal değerinin üzerine çıkabilir. Tüketim ve yatırım kararlarını etkileyen faiz oranı da işte bu reel faiz oranıdır. Beklenen enflasyonun düşük olduğu bir durumda reel faiz oranlarını düşürmenin iki yolu vardır. Bunlardan ilki enflasyon bekleyişlerini yükseltmek, ikincisi ise nominal faiz oranlarını negatif düzeye getirmektir. İlk alternatifi kısa dönemde gerçekleştirmek zor olduğu için, bazı merkez bankaları tarafından ikinci alternatif, politika tercihi olarak uygulanmıştır (Kashama, 2014: 104; McAndrews, 2015: 2-3).

Negatif faiz oranlarının aktarımı çeşitli kanallar vasıtasıyla olmaktadır. Bu kanalları faiz oranı kanalı, kredi kanalı, döviz kuru kanalı ve portföy kanalı şeklinde sınıflandırmak mümkündür. Faiz oranı kanalı teorik olarak ele alındığında, faiz oranlarının negatif olduğu bir durumdaki faiz indirimi ile faiz



oranlarının pozitif olduğu bir durumdaki faiz indiriminin aktarımı aynı şekilde çalışmaktadır. Düşük faiz oranlarının doğrudan para piyasası faiz oranlarını, dolaylı olarak da uzun dönem reel faiz oranlarını düşürerek tüketim ve yatırımı artırması beklenmektedir (Temple ve Alcalá, 2016: 2; Arteta vd., 2016: 14). Şu ana kadar yaşanan deneyimler de çok yüksek düşüşler içermeyen negatif faiz oranlarının para piyasası oranlarına geçişinin pozitif faiz oranlarındaki gibi olduğunu göstermiştir. Ancak kredi kanalı için aynı değerlendirmeyi yapmak mümkün olmamaktadır. Çünkü negatif faizlerin kredi kanalında aktarımı bazı sorunlar içermektedir (Borio ve Zabaı, 2016: 20). Kredi kanalında amaç, bankaların ödünç verme davranışını arttırmaktır. Bu doğrultuda merkez bankaları tarafından bankaların buldukları aşırı rezervlere negatif faiz oranı uygulanmaktadır. Hannoun, (2015: 2) tarafından bu politikanın, bankalara ödünç vermelerini arttırmak için dayatılan bir vergi gibi düşünülebileceği belirtilmektedir. Her ne kadar burada amaç bankacılık sistemi aracılığıyla ekonomiyi desteklemek olsa da, bu politikanın kendi içerisinde bazı kısıtlar barındırdığını belirtmek gerekmektedir. İlk olarak politika faiz oranı kredi faiz oranlarına yansımazsa, kredilere olan talep artmamaktadır. İkinci olarak, politika faiz oranı kredi faiz oranlarına yansır ancak mevduat faiz oranlarına yansımazsa bankaların kârı azalmaktadır. Bankalar büyük oranlı mevduat kaybından çekindiklerinden negatif faiz oranlarını bireysel mevduatlara yansıtmak istemeyebilirler (Borio ve Zabaı, 2016: 20). Nitekim İsviçre, Danimarka ve İsveç için yapılan çalışmalarda, negatif faizlerin bireysel mevduat hesaplarına yansıtılmadığı belirtilmiştir (McAndrews, 2015: 8). Mesela Shin (2016: 10-11) tarafından yapılan çalışmada merkez bankaları tarafından negatif faiz oranı politikası uygulandığında bireysel mevduat faiz oranlarının sıfırın altına düşmesinin çok nadir rastlanan bir durum olduğu ifade edilmiştir. Uygulamada da İsviçre, Danimarka, Japonya, İsveç ve Euro bölgesinde bireysel mevduatlara uygulanan faiz oranlarının pozitif bir seyir izlediği vurgulanmıştır. Ball vd., (2016: 20) tarafından yapılan çalışmada da bankaların negatif faiz oranlarını bireysel mevduat hesaplarına geçirdiklerine dair çok az bulgu olduğu belirtilmiştir. Üçüncü olarak politika faiz oranı hem kredi, hem mevduat faiz oranlarına yansır, bankaların kaynak bulması güçleşmektedir. Söz konusu alternatifler, kredi kanalında negatif faiz oranı uygulamasının, pozitif faiz uygulamasından farklılaştığını göstermektedir (Borio ve Zabaı, 2016: 20). Özellikle küçük açık ekonomiler söz konusu olduğunda büyük önem taşıyan döviz kuru kanalında ise, negatif faiz oranı politikası ile yerli paranın değer kaybetmesi, bu yolla net ihracatın canlanması ve böylece büyümeyi desteklemesi amaçlanmaktadır. Portföy kanalında, yatırımcıların düşük getirili hükümet tahvillerinden riskli varlıklara yatırımlarını arttırmaları beklenmektedir (Hannoun, 2015: 2-5). Negatif faiz oranı politikası bu kanallar dışında üretici

ile tüketici güvenini, beklentilerini ve yatırım kararlarını etkileyerek de çalışmaktadır (Angrick ve Nemoto, 2017: 25).

Negatif faiz oranı politikasını uygulayan ekonomilerde aktarım kanallarının çalışıp çalışmadığına dair yapılan çalışmaların ulaştığı sonuçlar, politikanın etkinliği değerlendirmek için büyük önem taşır. Bu doğrultuda yapılan temel çalışmalara ve ulaştıkları sonuçlara değinilmiştir. Bech ve Malkhozov, (2016: 37) tarafından yapılan çalışmada dört merkez bankası (ECB, SNB, DN ve Riksbank) tarafından yaşanan deneyimler incelenmiştir. Çalışmada çok fazla düşüş içermeyen negatif faiz oranlarının aktarımının pozitif faiz oranları ile önemli ölçüde benzerlik gösterdiği ve para piyasası oranlarına geçişte herhangi bir değişiklik gözlenmediği vurgulanmıştır. Ayrıca nakit talebinde de önemi oranda bir artış gözlenmediği belirtilmiştir. Ball vd., (2016) tarafından yapılan çalışmada Bech ve Malkhozov (2016)'dan farklı olarak Japon Merkez Bankası (BoJ) da analize dahil edilmiş ve beş merkez bankasının (ECB, SNB, DN, Riksbank, BoJ) yaşadığı deneyimler ele alınmıştır. Bu çalışmada negatif faiz oranlarının para piyasası faiz oranlarına aktarımının Bech ve Malkhozov (2016)'da da belirtildiği üzere geleneksel kanalda olduğu gibi çalıştığı ifade edilmiştir. Ancak her iki çalışmada da bu durumun istisnasını bireysel banka mevduatları oluşturmaktadır. Zira bankalar bireysel mevduatlara negatif faiz uyguladıklarında, büyük oranlı mevduat çekişleri ile karşı karşıya kalmaktan kaygı duymaktadır. Ball vd., (2016) tarafından yapılan çalışmada ayrıca Danimarka, Euro Bölgesi, İsveç ve İsviçre'de toplam banka kredilerinin arttığı belirtilmiştir. Politikanın merkez bankaları tarafından uygulamaya konulmasının ardından, banka kârlarında da çok fazla bir azalma gözlenmediği, nakit talebinde de kayda değer bir artış olmadığı ve durağan bir seyir izlediği vurgusu yapılmasına rağmen, politikanın makroekonomik sonuçları ile ilgili ayrıntılı ve kesin bir değerlendirme yapmak için henüz erken olduğu da belirtilmiştir. Temple ve Alcaly (2016: 4-6) tarafından yapılan çalışmada negatif faiz oranı politikasının beklenildiği gibi çalıştığı ve olumsuz sonuçlarının henüz ortaya çıkmadığı ifade edilmiştir. Negatif faiz oranı politikasını uygulayan çoğu ekonomide kredi faizlerinin düştüğü, mevduat faizlerinin de kısmen düşmesine rağmen pozitif seyrettiği belirtilmiştir. Turk (2016) tarafından yapılan çalışmada kredi faiz oranlarının hem Danimarka, hem İsveç'te azalma gösterdiği, ancak İsveç'te daha fazla düşüş kaydettiği saptanmıştır. Politikanın bankaların kârlılığı üzerinde azaltıcı etki doğurmadığı ifade edilmesine rağmen yakından takip edilmeye devam edildiği de vurgulanmıştır. Arteta vd., (2016: 26) tarafından yapılan çalışmada negatif faiz oranı politikasını uygulayan ekonomilerde Macaristan hariç para piyasası faiz oranlarının düştüğü belirtilmiştir. Kredi büyümesinin çoğu durumda yavaş bir şekilde olmasına rağmen arttığı ifade edilmiştir. Fisher (2016: 40) tarafından yapılan çalışmada negatif faiz politika-

sının muhtemel sonuçlarının Euro Bölgesi, Danimarka, İsveç ve İsviçre’de kısa dönem para piyasası oranlarını azalttığı, devlet tahvil getirilerini ve banka kredi faizi oranlarını düşürdüğü belirtilmiştir. Ayrıca Euro Bölgesinde işletmelerin ve hane halkının kredi talebini arttırdığı ifade edilmiştir. Nakit talebinde önemli bir artış gözlenmediği vurgulanmıştır. Negatif faiz oranı politikasından bu olumlu sonuçların elde edilmesi, merkez bankalarındaki mevduatların belirli bir kısmına negatif faiz oranlarının uygulanmasına dayandırılmıştır. Madaschi ve Irene (2017) tarafından yapılan çalışmada İsveç Merkez Bankası (Riksbank) ve Danimarka Merkez Bankası (DN) tarafından uygulanan negatif faiz oranı politikası deneyimlerinin bankaların kârlılığı üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu iki merkez bankasının negatif faiz oranı politikası deneyimleri diğer merkez bankaları ile karşılaştırıldıklarında daha düşük oran uygulamaları dolayısıyla da önem taşımaktadır<sup>6</sup>. Çalışmada bankaların kârlılığının negatif faiz oranı politikasına rağmen devam ettiği belirtilmiştir.

## NEGATİF FAİZ ORANI POLİTİKASININ ETKİLERİ

Mankiw (2009) tarafından New York Times’ta kaleme alınan bir makalede, faiz oranlarının çok düşük hatta negatif olduğu bir durumda, ekonomide canlanma sağlanabileceği belirtilmektedir. Negatif faiz oranlarının arkasında yatan mantık çok basit bir şekilde izah edilmektedir. Varsayımsal olarak politika faiz oranının eksi 3’e indirilmesi, ödünç alınan 100 TL’nin, 97 TL olarak geri ödeneceği anlamına gelmektedir. Burada borç verilen paradan faiz geliri elde etme yerine, vergi alma gibi bir durum söz konusu olmaktadır. (Ilgmann ve Menner, 2011: 2-4 ; Coeuré, 2014: 1). Bu politika hem olumlu, hem olumsuz bazı etkileri içerisinde barındırmaktadır.

**Tablo 1:** Negatif Faiz Oranı Politikası

<b>1. Olumlu Etkiler</b>
- Kredi koşullarında gevşeme
- Yerli paranın değer kaybetmesine yol açarak ihracatın artması
<b>2. Olumsuz Etkiler</b>
- Banka kârlarında azalma
- Banka dışı finansal kurumların kaynak bulma sorunu
- Yatırımcıların aşırı risk alması
- Mali disiplinde bozulma

**Not:** Tablo yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2’de de gösterildiği üzere, olumlu etkiler kredi koşullarında gevşeme ve yerli paranın değer kaybına yol açarak ihracatın artması şeklinde ikiye

<sup>6</sup> Merkez bankalarının negatif faiz oranı politikası deneyimlerinin incelediği bölümde uyguladıkları oranlar ayrıntılı olarak yer almaktadır.

ayrılarak ele alınabilir. Negatif mevduat oranları “sıcak patates etkisi”<sup>7</sup> (hot potato effect) aracılığıyla büyüme üzerinde olumlu etki yaratabilir. Zira bankalar ellerindeki aşırı likiditeyi merkez bankasında negatif faiz oranı ile tutmak yerine, alternatif yatırım stratejisi arayışına gireceklerdir (Danske Bank, 2014: 2-3). Negatif faiz oranı politikası sonucu yurtiçi faiz oranlarının düşmesi beklenmektedir. Böylece yabancı aktifler, yurtiçi aktiflere göre daha cazip hale gelmektedir. Yabancı aktiflerin daha çok talep edilmesiyle birlikte o ülke parası değer kaybetmektedir. Ülke parasının değer kaybetmesi görece fiyat etkisi yoluyla yurtiçinde üretilen malların yabancı mallara göre ucuz olmasını sağlamaktadır. Bu durumda ihracat artar, ithalat düşer ve ikisinin farkından oluşan net ihracat da artmaktadır (Mishkin, 2004: 618). İşte yerli paranın değer kaybetmesi suretiyle ihracatın artması ve bu yolla büyümenin desteklenmesi bu politikadan beklenen diğer olumlu etkiyi oluşturmaktadır.

Politikanın olumsuz etkilerine gelince, bunlar banka kârlarında azalma, banka dışı finansal kurumların kaynak bulma sorunu, yatırımcıların aşırı risk alması ve mali disiplinde azalma olarak karşımıza çıkmaktadır. İlk olarak, bu politika bankaların kârlılığı üzerinde olumsuz sonuçlara yol açma riskini taşımaktadır (Danske Bank, 2014: 2-3). Bu durum bankaların varlıklarının ne kadarını merkez bankasında rezerv olarak tutuklarına bağlıdır. Rezerv olarak tutulan miktar arttıkça, bankaların kârları azalmaktadır. Uygulamada varlıkların merkez bankasında rezerv olarak tutulan miktarı ülkeden ülkeye farklılıklar göstermektedir. 2016’da bu oran Japonya için yüzde 16, İsviçre için yüzde 14 iken, Danimarka da ise yüzde 3 düzeyinin altındadır. Her ne kadar bu oran Danimarka’da diğer iki ülkeye göre düşük olsa da, her üç ülkede negatif faiz oranı politikasının bankaların kârlılığı üzerindeki doğrudan etkisini azaltmak için “kat (aşama) sistemi”<sup>8</sup> (tiered system) uygulanmaktadır (IMF, 2017: 10-11). Böylece rezervlerin önemli bir kısmı kat (aşama) sistemi ile negatif faiz oranı politikasının dışında tutulmaktadır. Kat (aşama) sisteminde amaç negatif faiz politikasının bankaların faiz gelirleri üzerindeki olumsuz etkisini azaltmaktır. Böyle bir uygulama ECB ve Riksbank tarafından kullanılmamaktadır (Ball vd., 2016: 16). İkinci olarak, negatif faiz oranı politikasının özellikle emeklilik ve hayat sigortası şirketlerini de etkilemesi beklenmektedir. Çünkü bu kurumlar sabit nominal oran önerdiklerinden, düşük veya negatif getirili menkul kıymetler yatırımların getirisini düşürdüğünden, uzun dönem yükümlülüklerini yerine getirmede sorunla kar-

<sup>7</sup> Sıcak patates etkisi (hot potato effect): Bankaların ellerindeki aşırı rezervleri merkez bankasında tutarak mecazi anlamda yanmak yerine, farklı şekillerde değerlendirme arayışına gideceklerini izah etmeye çalışır (Danske Bank, 2014: 2-3).

<sup>8</sup> Kat (aşama) sistemi, negatif faiz oranı politikasının bankaların faiz gelirlerini azaltmamak için DN, SNB ve BOJ tarafından uygulamaya konulmuştur. DN tarafından ve SNB tarafından iki aşamalı, BoJ tarafından üç aşamalı sistem benimsenmiştir (Agarwal ve Kimball, 2016).

şlaşabilmektedir (Global Economic Prospects, 2015: 7). Bu durumda yatırımcıların uzun dönem yükümlülükleri yerine getirmek için, risk alma potansiyellerini arttırabilmektedir. Risk alma potansiyelindeki artış, riskli borçlanmayı da beraberinde getirmektedir. Böylece banka dışı finansal kurumların borç yükü yükselmiş olmaktadır. Sonuçta yatırımcıların aşırı risk alması olarak nitelendirilen durum ortaya çıkmaktadır (Palombi, 2016: 7; McAndrews, 2015: 8-9). Son olarak, negatif faiz oranları, hükümetlerin daha fazla borçlanmasına yol açarak mali disipline zarar verebilir. Bu iki kanal aracılığıyla gerçekleşebilir. İlk olarak negatif faiz oranları borç servis oranını düşürerek, borçların sürdürülebilirliği ile ilgili yanlış bir algının oluşmasına yol açabilir. İkinci olarak, kamu borç faizlerine baskı yaparak piyasa disiplini bozabilir (Hannoun, 2015: 6).

Nominal negatif faiz politikasını uygulayan merkez bankaları, faiz oranlarını daha da düşürme konusunda tereddüt etmektedir. Bunda politikanın ilk kez uygulanmasının yanında, işlevsel olup olmayacağı ve ekonomi üzerindeki etkilerinin tam olarak bilinmemesi rol oynamaktadır (Blanke ve Krogstrup, 2016).

## MERKEZ BANKALARININ NEGATİF FAİZ ORANI POLİTİKASI DENEYİMLERİ

Negatif faiz politikası Avrupa'da, Avrupa Merkez Bankası (ECB), Danimarka Merkez Bankası (DN), İsveç Merkez Bankası (Riksbank), İsviçre Merkez Bankası (SNB), Macaristan Merkez Bankası (Magyar Nemzeti Bank) ile Avrupa dışında Japon Merkez Bankası (BoJ) tarafından uygulamaya konulmuştur. Ancak merkez bankaları tarafından yürürlüğe konulan bu politikanın uygulanma gerekçeleri farklıdır (Bech ve Malkhozov, 2016: 32; Turk, 2016: 5). Bu gerekçeler temelde iki gruba ayrılarak incelenebilir. İlk olarak, negatif faiz politikası ECB, Riksbank ve BoJ tarafından devam eden resesyona karşı büyümeyi desteklemek ve düşen enflasyonu merkez bankasının hedef enflasyon oranına yükseltmek için uygulamaya konulmuştur. İkinci olarak, DN ve SNB tarafından ise, sermaye girişlerini engellemek ve kendi paraları üzerindeki değerlenme baskısını azaltmak için kullanılmıştır (McAndrews, 2015: 1; Jackson, 2015: 2-3; Jobst ve Lin, 2016: 5). En son Macaristan Merkez Bankası (MNB) tarafından uygulamaya konulan negatif faiz oranları ise temel gerekçelerden birini oluşturan düşen enflasyon yanında, ayrıca döviz kuru baskısı nedeniyle uygulamaya konulmuştur (Angrick ve Nemoto, 2017: 20).

Negatif faiz oranı politikasını uygulayan merkez bankalarından ECB ve BoJ büyük ekonomilerde faaliyet gösterirken, diğer merkez bankaları için bu değerlendirmeyi yapmak mümkün değildir. Bunlar kısmen ECB'nin uyguladığı politikalardan etkilenmiş ve bu politikaların kendi ekonomileri üzerindeki etkilerini azaltmayı amaçlamıştır (Temple ve Alcala, 2016: 2). Aşağıda yer alan

tabloda bugüne kadar negatif faiz oranı politikasını uygulayan merkez bankaları ve uygulama zamanları yer almaktadır. Tablo merkez bankalarının negatif faiz oranı politikasını uygulama zamanları dikkate alınarak oluşturulmuştur. Ardından her bir merkez bankasının negatif faiz oranı politikası deneyimi tabloda oluşturulan sıralama takip edilerek incelenmiştir. Ancak politikanın merkez bankaları tarafından uygulamaya konulmasının ardından geçen sürenin kısa olması ekonometrik bir analiz yapmayı zorlaştırmaktadır. Ayrıca diğer politikalarla birlikte uygulanması, politikanın etkilerine dair kesin bir yargıya ulaşılmasını da imkânsız kılmaktadır. Bu nedenle merkez bankalarının deneyimleri incelenirken başlangıçta belirledikleri hedeflere ulaşıp ulaşmadıklarına dair genel bir değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır (IMF, 2017: 5- 14).

**Tablo 2:** Negatif Faiz Uygulayan Merkez Bankaları

Merkez Bankaları	Politikayı Uygulama Dönemi	Mevduat Oranı	Politika Faiz Oranı (Ekim 2018)
Danimarka Merkez Bankası (DN)	Temmuz 2012 –Nisan 2014	-0.20	
	Eylül 2014	-0.05	
	Ocak 2015	-0.20	
	Ocak 2015	-0.35	0,05
	Ocak 2015	-0.50	
	Şubat 2015	-0.75	
	Ocak 2016	-0.65	
	Ekim 2018 (devam ediyor)	-0.65	
Avrupa Merkez Bankası (ECB)	Haziran 2014	-0.10	
	Eylül 2014	-0.20	
	Aralık 2015	-0.30	0
	Mart 2016	-0.40	
	Ekim 2018 (devam ediyor)	-0.40	
İsviçre Merkez Bankası (SNB)	Aralık 2014	-0.25	
	Ocak 2015	-0.75	-1,25 -0,25
	Ekim 2018 (devam ediyor)	-0.75	
İsveç Merkez Bankası (Riksbank)	Temmuz 2009-Eylül 2010	-0.25	
	Temmuz 2014	-0.50	
	Ekim 2014	-0.75	
	Şubat 2015	-0.85	-0.50
	Mart 2015	-1.00	
	Temmuz 2015	-1.10	
	Şubat 2016	-1.25	
Ekim 2018 (devam ediyor)	-1.25		
Japon Merkez Bankası (BoJ)	Şubat 2016	-0.10	-0.10
	Ekim 2018 (devam ediyor)	-0.10	
Macaristan Merkez Bankası (MNB)	Mart 2016	-0.05	0.90
	Eylül 2017	-0.15	
	Ekim 2018 (devam ediyor)	-0.15	

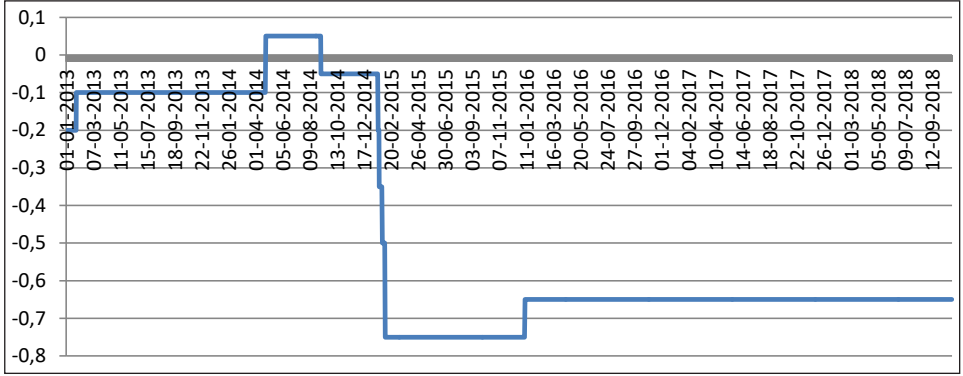
**Kaynak:** IMF, 2017; Arteta vd., 2016; Vinals vd., 2016; Jobst ve Lin, 2016; Jackson, 2015; Temple ve Alcala, 2016; Riksbank; Magyar Nemzeti Bank(mnb.hu/en, 30.10.2018).



2008 Eylül ayında Lehman Brothers'ın iflasının ardından Danimarka Merkez Bankası (DN) tarafından politika faiz oranı yükseltilmiştir. Bu durum Danimarka'ya olan sermaye girişlerinin artmasına yol açmıştır. Çünkü 2011'in ortalarından 2012'nin ortalarına kadar yatırımcıların gözünde Danimarka kronu güvenli liman olarak görülmüştür. Bu sürece Danimarka Merkez Bankası (DN) politika faiz oranını düşürerek ve yabancı döviz piyasasına müdahale ederek cevap vermiştir. Danimarka kronu üzerinde devam eden değerlenme baskısını azaltmak için Temmuz 2012 – Nisan 2014 arasında bankaların merkez bankalarında tuttıkları mevduata negatif faiz uygulanmıştır (Hüttl, 2014). Bu politika, ECB'nin negatif faiz oranı politikasını uygulamaya koymasının ardından, Eylül 2014'te Danimarka Merkez Bankası (DN) tarafından ülkeye sermaye girişlerini engellemek ve Danimarka kronu üzerindeki değerlenme baskılarını azaltmak için tekrar uygulamaya konulmuştur (Global Economic Prospects, 2015: 3). Zira Danimarka Merkez Bankasının (DN) amacı kron-euro döviz kurunu sabit tutmaktır. Ayrıca, İsviçre Merkez Bankası (SNB) tarafından döviz kuru politikasının değiştirilmesinin ve ECB tarafından varlık alım programlarının genişletilmesinin duyurulmasının ardından merkez bankasında tutulan mevduata uygulanan faiz oranları önemli ölçüde düşürülmüştür (Madaschi ve Irene, 2017: 6-7; IMF, 2017: 28; Turk, 2016: 5; Jobst ve Lin, 2016: 41). Bu doğrultuda 2015 Ocak ve Şubat aylarında merkez bankasında tutulan mevduata uygulanan faiz dört kez indirilmiştir. Mevduata uygulanan negatif faiz Eylül 2014'te eksi yüzde 0.05 iken Şubat 2015'te eksi yüzde 0.75 olmuştur (Jensen ve Spange, 2015: 2; Bech ve Malkhozov, 2016: 34). Ardından bu oran 2015'in ikinci çeyreğinden itibaren Danimarka kronu üzerindeki değerlenme baskısının azalmasıyla, Ocak 2016'da eksi yüzde 0.65 olarak değiştirilmiştir. Ekim 2018 itibarıyla oran hala eksi yüzde 0.65 olarak devam etmektedir. Grafik 1'de süreç gösterilmektedir. Politikanın uygulamaya konulmasının ardından etkin çalıştığı, Danimarka kronu üzerindeki değerlenme baskısının azaldığı ve döviz kurunda istikrar sağlandığı ifade edilmektedir. Ancak bunun sağlanmasında negatif faiz oranı politikası yanında, yapılan döviz müdahalelerin etkisinin de göz ardı edilmemesi gerektiği vurgulanmaktadır (Madaschi ve Irene, 2017: 7-18; IMF, 2017: 16-18).



**Grafik 1:** Danimarka Mevduat Sertifikaları (Certificates of deposit rate) Faiz Oranı



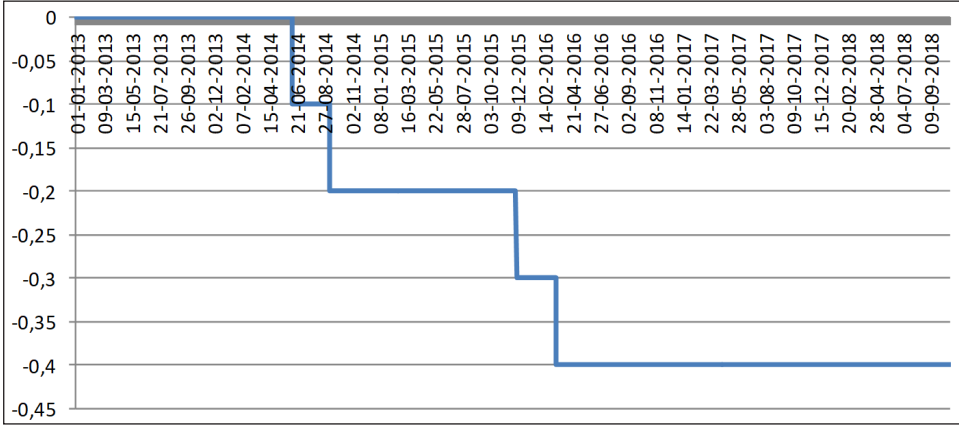
**Kaynak:** Danimarka Merkez Bankası (DN) (nationalbanken.dk/en, 30.10.2018)

Mevduat faizi ECB tarafından para politikasının bir parçası olarak belirlenen üç faiz oranından birisidir (ECB, 2016). Bu oran ECB tarafından Haziran 2014'te sıfırdan eksi yüzde 0.10'a, Eylül 2014'te eksi yüzde 0.20'ye, Aralık 2015'te eksi yüzde 0.30'a ve son olarak Mart 2016'da eksi yüzde 0.40'a düşürülmüştür. Ekim 2018 itibariyle hala bu oran sürdürülmektedir. Aşağıda yer alan 2 numaralı grafik, Avrupa Merkez Bankası'nın (ECB) mevduat faiz oranlarının söz konusu dönemdeki seyrini göstermektedir. ECB tarafından negatif faiz oranı politikasının uygulanma gerekçelerinden biri, düşen enflasyonu merkez bankasının hedef enflasyon oranına yükseltmektir. Zira Avrupa Merkez Bankası'nın temel amacı fiyat istikrarını sağlamaktır. Bu doğrultuda hedef enflasyon yüzde 2'den aşağı ve bu düzeye yakın olarak belirlenmiştir (ECB, 2018). Nitekim politika Haziran 2014'te uygulanmaya başladığında enflasyon oranı yüzde 0,5 düzeyinde iken, Eylül 2018 itibariyle enflasyon oranı yüzde 2,1 düzeyine yükselmiştir (ECB, 2018). Ancak enflasyondaki artışı sadece bu politikaya bağlamak yanıltıcı olabilir. Çünkü Köhler-Ulbrich vd., (2016: 20-21) tarafından yapılan çalışmada da belirtildiği üzere, ECB tarafından mevduata negatif faiz uygulaması ile birlikte 2014'ten itibaren diğer geleneksel olmayan para politikası araçları<sup>9</sup> da kullanılmaktadır. Tüm uygulanan politikaların kredilere olan talebi arttırdığı ifade edilmiştir. Bu durum aynı zamanda büyümeyi desteklemek için uygulamaya konulan bu politikanın diğer geleneksel olmayan para politikası araçları ile birlikte büyümeye katkı verdiğini göstermektedir. Nitekim Euro bölgesinde yıllık büyüme oranı 2013'te eksi yüzde 0,24 iken; 2014'te yüzde 1,34 ve 2015'te yüzde 2,08 yükselmiştir. 2016'dan sonra da büyümenin

<sup>9</sup> Haziran 2014'te hedeflenen uzun süreli yeniden finansman sağlama operasyonları (TLTROs), Mart 2016'da TLTROs-II, Ekim 2014'te varlığa dayalı menkul kıymetler programı ve üçüncü ipotekli tahvil alım programı ilan edilmiştir. Ocak 2015'te varlığa dayalı menkul kıymet programı genişletilmiştir (Köhler-Ulbrich vd.2016: 20-21).

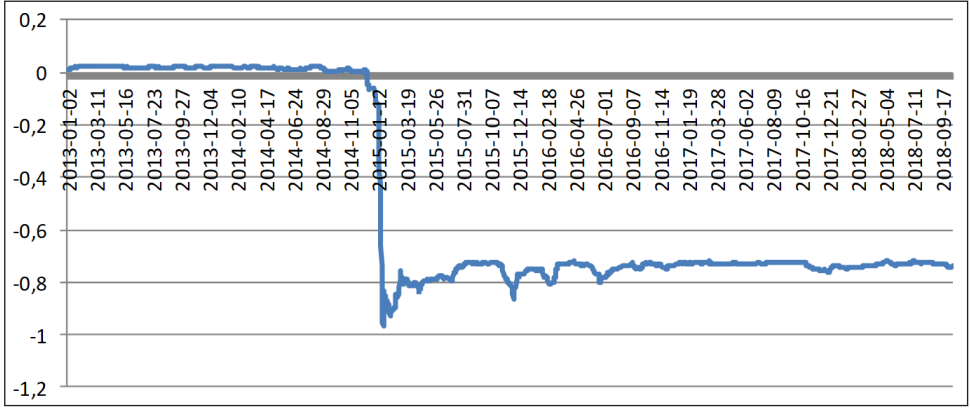
devam ettiği görülmektedir. Bu tarihte yüzde 1,80 olan büyüme oranı, 2017'de yüzde 2,36 olarak gerçekleşmiştir (World Bank, 2018). 2018 ikinci çeyreği itibarıyla de yüzde 0,4 artış sürmektedir (Eurostat, 2018).

**Grafik 2:** ECB Mevduat Faizi (Deposit Facility Rate)



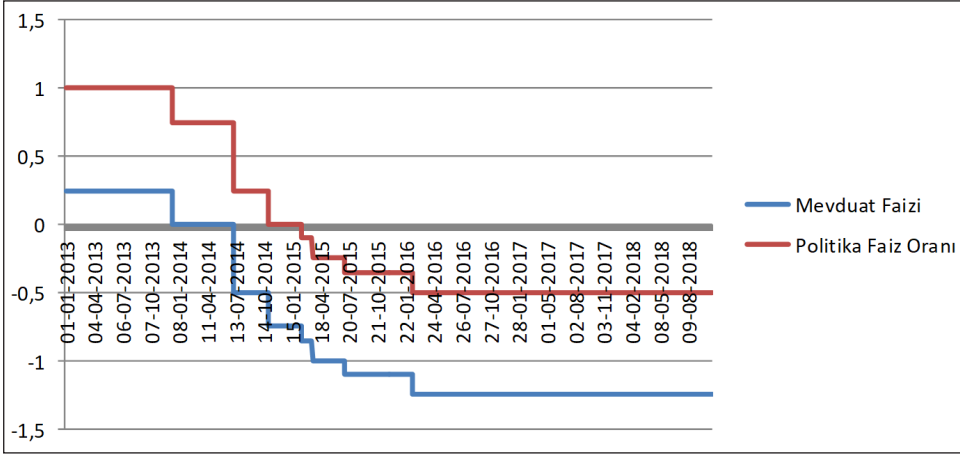
**Kaynak:** ECB ([ecb.europa.eu/stats/policy\\_and\\_exchange\\_rates/key\\_ecb\\_interest\\_rates/html/index.en.html](http://ecb.europa.eu/stats/policy_and_exchange_rates/key_ecb_interest_rates/html/index.en.html), 30.10.2018)

İsviçre Merkez Bankası (SNB) tarafından Aralık 2014'te negatif faiz oranı politikası uygulamaya konulmuştur. Bu doğrultuda SNB tarafından 3M-libor'un hedef değerleri eksi yüzde 0,25 ve 0,75 aralığı olarak belirlenmiş, söz konusu aralık Ocak 2015'te daha da düşürülerek eksi yüzde 0,25 ve eksi yüzde 1,25 olarak değiştirilmiştir. Ekim 2018 itibarıyla de hedef aralığı hala değiştirilmemiştir. Merkez bankasındaki vadesiz mevduatlara uygulanan faiz oranı da eksi yüzde 0,25 olarak belirlenmiş, Ocak 2015'te bu oran eksi yüzde 0,75'e düşürülmüştür (SNB, 2014; SNB: 2015; SNB: 2016). 3 numaralı grafik İsviçre Merkez Bankası için söz konusu süreci göstermektedir. İsviçre frangı üzerindeki değerlendirme baskısını azaltmak için uygulanan bu politikanın başarılı olduğu ifade edilmiştir (Ziegler-Hasiba ve Turnes, 2018).

**Grafik 3:** İsviçre Merkez Bankası (3M-Libor)

**Kaynak:** İsviçre Merkez Bankası (SNB) ([www.snb.ch/en/](http://www.snb.ch/en/) 30.10.2018)

İsviçre Merkez Bankası (Riksbank) tarafından uygulanan para politikasının amacı, fiyat istikrarını sağlamak ve enflasyonu yüzde 2 hedef değerine yakın tutmaktır (Riksbank, 2018). Bu doğrultuda Riksbank tarafından uygulanan negatif faiz politikası, miktarsal genişleme ve sözle yönlendirme politikaları ile birlikte enflasyon beklentilerindeki düşüşü tersine çevirmek amacıyla uygulanmıştır (Turk, 2016: 6). Banka tarafından hem politika faiz oranı olan repo faizi, hem de gecelik mevduat faizi negatif düzeye çekilmiştir. Repo faiz oranı Şubat 2015'te eksi yüzde 0.10 düzeyine indirilmiştir. İndirimlere ilerleyen dönemde devam edilmiş, politika faiz oranı Mart 2015'te eksi yüzde 0.25'e, Temmuz 2015'te eksi yüzde 0.35'e, Şubat 2016'da eksi yüzde 0.50'e düşürülmüştür. Ekim 2018 itibariyle hala bu düzey sürdürülmektedir. Gecelik mevduat faizi de Temmuz 2014'te eksi yüzde 0.50'ye indirilmiş ilave indirimlerle Şubat 2016'da eksi yüzde 1.25 olmuştur. Bu düzey de Ekim 2018 itibariyle aynı seviyesini korumaktadır (Riksbank, 2018). Riksbank tarafından uygulanan mevduat faizi ve politika faiz oranının izlediği seyir aşağıdaki grafikte görülmektedir. Politika faizi merkez bankası tarafından uygulamaya konulan diğer araçlarla birlikte etkin çalıştığı ve enflasyon oranının yükseldiği ifade edilmiştir (Madaschi ve Irene, 2017: 18). Nitekim merkez bankasında tutulan aşırı rezervlere uygulanan gecelik mevduat faizinin negatif düzeye indirildiği Temmuz 2014'te yüzde 0, repo faizinin negatif düzeye indirildiği Şubat 2015'te yüzde 0.1 olan enflasyon oranı, Eylül 2018 itibariyle enflasyon oranı yüzde 2.5 gerçekleşmiştir (Riksbank, 2018).

**Grafik 4:** Riksbank Mevduat Faizi ve Politika Faiz Oranı

Kaynak: Riksbank (rikbank.se/en-gb/, 30.10.2018)

Bu kervana son olarak Japon Merkez Bankası (BoJ) ve Macaristan Merkez Bankası (MNB) katılmıştır. BoJ tarafından Ocak 2016'da mevduat faizi eksi yüzde 0.10 olarak belirlenmiştir. 31.10.2018 kararıyla uygulamaya devam kararı almıştır (BoJ, 2018). Aynı şekilde MNB tarafından Mart 2016'da faiz eksi yüzde 0.05'e, Eylül 2017'de eksi yüzde 0.15'e gerilemiştir<sup>10</sup>. Ancak bu merkez bankaları diğer ülke uygulamalarından farklı olarak sadece mevduata uygulanan faiz oranını negatif düzeye düşürmüşler, politika faiz oranını pozitif düzeyde tutmaya devam etmişlerdir (Jobst ve Lin, 2016: 5). BoJ tarafından uygulanan negatif faiz oranı politikasının belirgin bir etkisinin olduğunu söylemek güçtür. Zira enflasyon ve büyüme oranları düşük düzeylerini korumaktadır (IMF, 2017: 33).

Gelişmiş ülke merkez bankaları (ECB, BoJ, DN, Riksbank, SNB) tarafından uygulanan bu para politikası aracının etkinliğine dair kesin bir değerlendirme yapmak zordur. Çünkü bu araç merkez bankaları tarafından diğer para politikası araçları ile birlikte uygulamaya konulmuştur. Ancak politikanın merkez bankaları tarafından uygulamaya konulurken belirlenen amaçlara ulaşılmasına katkı sağladığı belirtilebilir. Yine de faiz oranlarının daha da aşağılara çekilip çekilmeyeceği, uygulama süresinin ne kadar süreceği, merkez bankasındaki aşırı rezervlere uygulanan negatif faizin, bankaların mevduat faizlerine zamanla yansıyor yansımayacağı, bu durumun bankaların kârları üzerinde

<sup>10</sup> Macaristan Merkez Bankası (MNB) gelişmiş ülke merkez bankaları içerisinde yer almaktadır. Ayrıca politikanın uygulama zamanının diğer merkez bankası uygulamalarıyla karşılaştırıldığında daha kısa bir süre zarfını kapsaması ve oranın çok az düşürülmesinden dolayı Macaristan uygulaması ile ilgili bir değerlendirme yapılmamıştır.

olumsuz etkilere yol açıp açmayacağına dair belirsizlikler, politikaya dair kuş-  
kuları tamamen ortadan kaldırmamaktadır.

## SONUÇ

Ağustos 2007'de ABD'de başlayan kriz Lehman Brothers'ın iflasının ardından tüm ekonomileri etkisi altına almıştır. Krize cevap olarak gelişmiş ülke merkez bankaları tarafından geleneksel politika aracı olarak kullanılan kısa vadeli faiz oranları sıfıra yakın bir düzeye indirilmiştir. Böylece geleneksel politika aracını kullanarak ekonomiyi canlandırma imkânı ortadan kalkmıştır. Bu doğrultuda gelişmiş ülke merkez bankaları tarafından geleneksel olmayan para politikası araçları devreye sokulmuştur. Bu politika araçları setine son olarak negatif faiz oranı politikası eklenmiştir. Bu politika altı merkez bankası (ECB, DN, SNB, Riksbank, BoJ, MNB) tarafından uygulamaya konulmuştur. Ancak politikanın uygulanma nedenlerinin merkez bankaları açısından farklılaşması, bu uygulamanın heterojen olması sonucu doğurmuştur. Bu politika, DN ve SNB tarafından, kendi paraları üzerindeki değerlenme baskısını azaltarak, ülkelerine olan sermaye akımlarını önlemek amacıyla uygulanmıştır. ECB, Riksbank ve BoJ tarafından ise devam eden resesyona karşı büyümeyi desteklemek ve deflasyon tehlikesine karşı düşen enflasyon beklentilerini yükseltmek için yürürlüğe konulmuştur. Bu doğrultuda negatif faiz oranı uygulamasının enflasyonun yükselme istikametinde yapışkan, düşme istikametinde esnek olduğu ülkelerde mümkün olabileceğini de vurgulamak gerekir. Negatif faiz oranı politikasını uygulayan ekonomilerde her ne kadar şu ana kadar politikanın olumsuz etkileri ortaya çıkmamış olsa da, bu durum ilerleyen dönemlerde de çıkmayacağını ifade etmemektedir. Bu yüzden politikanın etkinliğine dair kesin bir yargıya varmak için henüz erken olduğu belirtilebilir. Buna rağmen uygulanan ekonomilerde Japonya hariç politikanın uygulanma gerekçelerine katkı sağladığını söylemek mümkündür. Ancak negatif faiz oranı politikasının diğer para politikası araçları ile birlikte uygulanmış olması da politikanın net etkinliğinin belirlenmesini zorlaştırmaktadır.

Hem olumlu, hem olumsuz etkileri içerisinde barındıran bu politika ile ilgili kesin bir yargıya varmak henüz mümkün olmasa bile, para politikası açısından şu değerlendirmede bulunulabilir. Geleneksel para politikası aracı işlevselliğini yitirdiğinde, merkez bankalarının elinde ekonomiyi desteklemek için geleneksel olmayan para politikası araçları mevcuttur. Niceliksel genişleme, sözle yönlendirme ve negatif faiz politikasını içeren geleneksel olmayan para politikası araçları, kısa vadeli faiz oranlarını düşürerek politika yapma imkânı ortadan kalktığında, merkez bankalarına manevra alanı sağlamaktadır. Tüm bu gelişmeler, para politikasının farklılaşmış uygulama alanları kazandığını

göstermektedir. Özellikle negatif faiz oranları gibi daha önce düşünülmesi kolay olmayan araçlar, merkez bankalarının politika uygulama biçimlerini ilgi çekici düzeyde zenginleştirmektedir. Bu nedenle para politikaları, hem iktisadi krizlerin etkilerinin anlaşılmasında hem de krizin olumsuz etkilerinin hafifletilmesinde önemli bir politika alanı olarak önemini sürdürmektedir. Bu doğrultuda zenginleşen araçların etkileri netleştikçe para politikasına yönelik tartışma alanlarının da derinleşeceği öngörülebilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Agarwal, R. ve Kimball M. (2016). Enabling Deeper Negative Rates by Managing the Side Effects of a Zero Paper Currency Interest Rate, *Negative Interest Rate Conference*, Hutchins Center at Brookings.
- Amano, R. ve Shukayev, M. (2010). Monetary Policy and the Zero Bound on Nominal Interest Rates, *Bank of Canada Review*, Summer, 3-10.
- Anderson, R. ve Liu, Y. (2013). How Low Can You Go? Negative Interest Rates and Investors Flight to Safety, *The Regional Economist*, January 2013, 12-13.
- Angrick S. ve Nemoto, N. (2017). Central Banking below Zero: The Implementation of Negative Interest Rates in Europe and Japan, *ADB Working Paper Series*, No. 740, Asian Development Bank Institute. 10 Ekim 2017 tarihinde, <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/317926/adbi-wp740.pdf> adresinden erişildi.
- Arteta, C., Kose, A., Stocker M. ve Taskin, T. (2016). Negative Interest Rate Policies Sources and Implications, *Policy Research Working Paper*, WPS7791, World Bank Group. 20 Eylül 2016 tarihinde <http://documents.worldbank.org/curated/en/235551470834953672/pdf/WPS7791.pdf> adresinden erişildi.
- Ball, L., Gagnon, J., Honohan, P. ve Krogstrup, S. (2016). What Else can Central Banks Do?, *International Centre for Monetary and Banking Studies (ICMB)*, Geneva Reports on World Economy, 18. 9 Şubat 2017 tarihinde [https://cepr.org/sites/default/files/geneva\\_reports/GenevaP285.pdf](https://cepr.org/sites/default/files/geneva_reports/GenevaP285.pdf) adresinden erişildi.
- Bech, M. ve Malkhozov, A. (2016). How have Central Banks Implemented Negative Policy Rates?, *BIS Quarterly Review*, March. 29 Mart 2016 tarihinde [https://www.bis.org/publ/qtrpdf/r\\_qt1603e.pdf](https://www.bis.org/publ/qtrpdf/r_qt1603e.pdf) adresinden erişildi.
- Blanke, J. ve Krogstrup, S. (2016). Negative Interest Rates: Absolutely Everything You Need to Know, *World Economic Forum*. 5 Ocak 2017 tarihinde <https://www.weforum.org/agenda/2016/11/negative-interest-rates-absolutely-everything-you-need-to-know/> adresinden erişildi.
- Blitzer, D. (2016). Weighing the Pluses and Minuses on Negative Interest Rates: The Scales aren't Balanced, *Negative Interest Rates*, S&P Global. 2 Şubat 2017 tarihinde [http://media.spglobal.com/documents/SPG\\_Article\\_2016-08-17\\_Negative+Interest+Rates.pdf](http://media.spglobal.com/documents/SPG_Article_2016-08-17_Negative+Interest+Rates.pdf) adresinden erişildi.
- Blomquist, N., Dam A. ve Spange M. (2011). Monetary-Policy Strategies at the Zero Lower Bound on Interest Rates, *Monetary Review*, 4th Quarter, 83-98.
- Borio, C. ve Zabai, A. (2016). Unconventional Monetary Policies: a Re-Appraisal, *BIS Working Papers*, No. 570. 1 Ocak 2017 tarihinde <https://www.bis.org/publ/work570.pdf> adresinden erişildi.



- Carney, M. (2013). Monetary Policy after the Fall, Eric J. Hanson Memorial Lecture, University of Alberta, Edmonton, Alberta. 12.05.2016 tarihinde <https://www.bankofcanada.ca/wp-content/uploads/2013/05/remarks-010513.pdf> adresinden erişildi.
- Coeuré, B. (2016). Assessing the Implications of Negative Interest Rates, Speech at the Yale Financial Crisis Forum, Yale School of Management, New Haven. 15.01.2017 tarihinde <https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2016/html/sp160728.en.html> adresinden erişildi.
- Coeuré, B. (2014). Life below Zero: Learning about Negative Interest Rates, Speech at the ECB's Money Market Contact Group. 15.03.2015 tarihinde <https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2014/html/sp140909.en.html> adresinden erişildi.
- Danske Bank (2014). Implications of Negative Rates: The Danish Experiences. 25 Şubat 2016 tarihinde [http://danske-research.danskebank.com/link/ResearchECB4230514/\\$file/Research\\_ECB\\_4\\_230514.pdf](http://danske-research.danskebank.com/link/ResearchECB4230514/$file/Research_ECB_4_230514.pdf) erişildi.
- ECB (2016). What is the Deposit Facility Rate?. 10 Şubat 2017 tarihinde <https://www.ecb.europa.eu/explainers/tell-me/html/what-is-the-deposit-facility-rate.en.html> adresinden erişildi.
- Egert, B. ve MacDonald, R. (2009). Monetary Transmission Mechanism in Central and Eastern Europe: Surveying the Surveyable, *Journal of Economic Surveys*, 23 (2), 277-327.
- Fischer, S. (2016). Monetary Policy, Financial Stability and the Zero Lower Bound, *American Economic Review*, 106 (5), 39-42.
- Global Economic Prospects (2015). Negative Interest Rates in Europe: A Galance at their Causes and Implications, June. 26 Nisan 2016 tarihinde <http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/GEP/GEP2015b/Global-Economic-Prospects-June-2015-Negative-interest-rates.pdf> adresinden erişildi.
- Hannoun, H. (2015). Ultra-low or Negative Interest Rates: What they Mean for Financial Stability and Growth, Speech at the Eurofi High-Level Seminar, Riga. 14 Şubat 2016 tarihinde <https://www.bis.org/speeches/sp150424.pdf> adresinden erişildi.
- Hüttl, P. (2014). Negative Deposit Rates: The Danish Experience. 12 Temmuz 2016 tarihinde <http://bruegel.org/2014/06/negative-deposit-rates-the-danish-experience/> adresinden erişildi.
- Ilgmann, C. ve Menner, M. (2011). Negative Nominal Interest Rates: History and Current Proposals, *CAWM Discussion Paper*, No. 43, 1-43.
- IMF (2017). Negative Interest Rate Policies – Initial Experiences and Assessments *IMF Policy Papers*, 1 Kasım 2018 tarihinde <http://www.imf.org/external/pp/ppindex.aspx> adresinden erişildi.

- Jackson, H. (2015). The International Experience with Negative Policy Rates, *Staff Discussion Paper*, Bank of Canada 2015-13. 13 Nisan 2016 tarihinde <https://www.banqueducanada.ca/wp-content/uploads/2015/11/dp2015-13.pdf> adresinden erişildi.
- Jensen, C. M. ve Spange, M. (2015). Interest Rate pass-through and the Demand for Cash at Negative Interest Rates, *Monetary Review*, 2nd Quarter, Danmarks Nationalbank.
- Jobst, A. ve Lin, H. (2016). Negative Interest Rate Policy (NIRP): Implications for Monetary Transmission and Bank Profitability in the Euro Area, *IMF Working Paper*, WP/16/172. 10 Ocak 2017 tarihinde <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2016/wp16172.pdf> adresinden erişildi.
- Kashama, K. M. (2014). The How and Why of a Negative Interest Rate for the Deposit Facility, *NBB Economic Review*, September, 99-107.
- Köhler-Ulbrich, P., Hempell, H.S., ve Scopel, S. (2016). The Euro Area Bank Lending Survey, *Occasional Paper Series*, No. 179, ECB.
- Loayza, N. ve Hebbel, K.S. (2002). Monetary Policy Functions and Transmission Mechanisms: An Overview, *Monetary Policy: Rules and Transmission Mechanisms*, içinde edition 1, 4, chapter 1, pages 001-020 Central Bank of Chile.
- Madaschi, C. ve Irene, P.N. (2017). The Profitability of Banks in a Context of Negative Monetary Policy Rates: The Cases of Sweden and Denmark, *ECB Occasional Paper*, No. 195, European Central Bank (ECB), 8 Kasım 2018 tarihinde <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpops/ecb.op195.en.pdf?804a60196e55da951eb82a662ac0642c> adresinden erişildi.
- Mankiw, G. N. (2009). It may be Time for the Fed to go Negative, *New York Times*, April 19, 2009.
- McAndrews, J. (2015). Negative Nominal Central Bank Policy Rates: Where is the Lower Bound?, *BIS central bankers' speeches*. 30 Mart 2016 tarihinde <https://www.bis.org/review/r150512a.htm> adresinden erişildi.
- Mishkin, F. S. (2014). Central Banking after the Crisis, *Macroeconomic and Financial Stability: challenges for Monetary Policy*, 19:23-59. 12 Ocak 2015 tarihinde <http://www.bcentral.cl/-/volumen-19-macroeconomic-and-financial-stability-challenges-for-monetary-poli-3> adresinden erişildi.
- Mishkin F. S. (2004). *The Economics of Money Banking and Financial Markets*, Seventh Edition, Addison Wesley.
- Palombi, R. (2016). Negative Interest Rates: The List Grows, the Effectiveness Questioned but Part of the Landscape for Now, *Negative Interest Rates*, S&P Global. 11 Şubat 2017 tarihinde [http://media.spglobal.com/documents/SPG\\_Article\\_2016-08-17\\_Negative+Interest+Rates.pdf](http://media.spglobal.com/documents/SPG_Article_2016-08-17_Negative+Interest+Rates.pdf) adresinden erişildi.

- Palmqvist, S. (2007). Flexible Inflation Targeting– How should Central Banks Take the Real Economy into Consideration?, *Economic Review*, 2, 61-74.
- Reichlin, L. ve Baldwin, R. (2013). “Introduction”, *Is Inflation Targeting Dead? Central Banking after the Crisis*, (eds.Reichlin, Lucrezia ve Baldwin, Richard), London: Centre for Economic Policy Research (CEPR), 10-30.
- Rose, A.K. (2007). A Stable International Monetary System Emerges: Inflation Targeting is Bretton Woods, Reversed, *Journal of International Money and Finance*, 26, 663-681.
- Schweizerische Nationalbank (2016). Monetary policy assessment of 15 December 2016. Schweizerische Nationalbank Press Release. 24 Ocak 2017 tarihinde [https://www.snb.ch/en/mmr/reference/pre\\_20161215/source/pre\\_20161215.en.pdf](https://www.snb.ch/en/mmr/reference/pre_20161215/source/pre_20161215.en.pdf) adresinden erişildi.
- Schweizerische Nationalbank (2015). Swiss national bank discontinues minimum exchange rate and lowers interest rate to -0.75%. Schweizerische Nationalbank Press Release. 24 Ocak 2017 tarihinde [https://www.snb.ch/en/mmr/reference/pre\\_20150115/source/pre\\_20150115.en.pdf](https://www.snb.ch/en/mmr/reference/pre_20150115/source/pre_20150115.en.pdf) adresinden erişildi.
- Schweizerische Nationalbank (2014). Swiss national bank introduces negative interest rates. Schweizerische Nationalbank Press Release, 18.12.2014. 24 Ocak 2017 tarihinde [https://www.snb.ch/en/mmr/reference/pre\\_20141218/source/pre\\_20141218.en.pdf](https://www.snb.ch/en/mmr/reference/pre_20141218/source/pre_20141218.en.pdf) adresinden erişildi.
- Shin, S. H. (2016). Bank Capital and Monetary Policy Transmission, Panel remarks at The ECB and its Watchers XVII conference, Bank for International Settlements. 11 Ocak 2017 tarihinde <https://www.bis.org/speeches/sp160407.pdf> adresinden erişildi.
- Söderström, U. ve Westermarck, A. (2009). Monetary Policy When the Interest Rate is Zero, *Sveriges Riksbank Economic Review*, 2: 5-30.
- Svensson, L. (2009a). Flexible Inflation Targeting – Lessons from the Financial Crisis, at the workshop “Towards a new framework for monetary policy? Lessons from the crisis”, organized by the Netherlands Bank. 12 Şubat 2015 tarihinde <https://www.bis.org/review/r090923d.pdf> adresinden erişildi.
- Svensson, L. (2009b). Monetary Policy with a Zero Interest Rate, *BIS Review*, 19/2009. 15 Ağustos 2016 tarihinde <https://www.bis.org/review/r090220d.pdf> adresinden erişildi.
- Svensson, L. (2003). Monetary Policy and Real Stabilization, *NBER Working Paper*, No. 9486. 14 Temmuz 2016 tarihinde <http://www.nber.org/papers/w9486> adresinden erişildi.
- Taylor, J. B. (1995). The Monetary Transmission Mechanism: An Empirical Framework, *The Journal of Economic Perspectives*, 9 (4), 11-26.

- Temple, R. ve Alcala, D. (2016). Don't Blame Central Banks for Negative Rates, Investment Research. 14 Ocak 2017 tarihinde [https://www.lazardassetmanagement.com/docs/-m0-/26476/DontBlameCentralBanksForNegativeRates\\_LazardResearch.pdf](https://www.lazardassetmanagement.com/docs/-m0-/26476/DontBlameCentralBanksForNegativeRates_LazardResearch.pdf) adresinden erişildi.
- Turk, R. A. (2016). Negative Interest Rates: How Big a Challenge for large Danish and Swedish Banks?, *IMF Working Paper*, WP/16/198. 19 Ocak 2017 tarihinde <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2016/wp16198.pdf> adresinden erişildi.
- Vinals, J., Gray, S., ve Eckhold, K. (2016). The Broader view: The Positive Effects of Negative Nominal Interest Rates. 12 Nisan 2016 tarihinde <https://blogs.imf.org/2016/04/10/the-broader-view-the-positive-effects-of-negative-nominal-interest-rates/> adresinden erişildi.
- Walsh, C. E. (2009a). Using Monetary Policy to Stabilize Economic Activity", Paper presented at the symposium, Financial Stability and Macroeconomic Policy, sponsored by the Federal Reserve Bank of Kansas City, Jackson Hole, Wyoming, 22 August.
- Walsh, C.E. (2009b). Inflation Targeting: What have We Learned? *International Finance*, 12(2), 195–233.
- Ziegler-Hasiba, E. ve Turnes, E. (2018). Negative Interest Rate Policy in Switzerland, *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 6(3): 104-128.
- <https://www.mnb.hu/en> (erişim tarihi: 30.10.2018).
- <https://www.ecb.europa.eu/home/html/index.en.html> (erişim tarihi: 30.10.2018).
- <https://www.nationalbanken.dk/en/Pages/Default.aspx> (erişim tarihi : 30.10.2018).
- <https://www.riksbank.se/en-gb/> (erişim tarihi: 30.10.2018).
- <https://www.snb.ch/en/> (erişim tarihi: 30.10.2018).
- <https://www.ecb.europa.eu/mopo/html/index.en.html> (erişim tarihi: 30.10.2018).
- <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=XC> (erişim tarihi: 28.10.2018).
- <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/9102849/2-07092018-AP-EN/5ee25c3b-4e58-40df-9be9-7671859d6f37> (erişim tarihi: 28.10.2018)
- <https://www.riksbank.se/en-gb/monetary-policy/> (erişim tarihi: 30.10.2018).
- <https://www.scb.se/en/finding-statistics/statistics-by-subject-area/prices-and-consumption/consumer-price-index/consumer-price-index-cpi/pong/tables-and-graphs/consumer-price-index-cpi/cpi-annual-changes-inflation-rate/> (erişim tarihi: 1.11.2018).

# ULUSLARARASI ADALETİN AHLAKİ TEMELLERİ<sup>1</sup>

## The Moral Foundations of International Justice

Gönderim Tarihi: 04.04.2018

Kabul Tarihi: 16.10.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492906

Mehmet KOCAOĞLU\*

**ÖZ:** Siyaset felsefesinde adalet kavramını domestik bağlamda inceleyen kapsamlı bir tartışma mevcuttur. Fakat son zamanlarda adalet kavramı, uluslararası bağlamda da yoğun şekilde tartışılan bir araştırma nesnesine dönüşmüştür. Bu makalenin temel amacı, siyaset felsefesi literatüründeki uluslararası adalet teorilerinden ve bu teorilere yöneltilen eleştirilerden hareketle bir uluslararası adalet teorisinin geçerli ahlaki temellerini ortaya koymaktır. Bu çalışmada, uluslararası adaletin ahlaki temelleri olarak kabul edilen ulusal egemenlik, yardım etme ödevi, zarar ilkesi analitik bir perspektifle incelendikten sonra insan hakları ve özgürlükleri temeli üzerinde bir uluslararası adalet teorisini inşa etmenin mümkün olduğu ileri sürülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Uluslararası Adalet, Egemenlik, Yardım Etme Ödevi, Zarar İlkesi, İnsan Hakları.

**ABSTRACT:** There is an extensive debate over the concept of justice at the domestic level in political philosophy. However, the concept of justice has recently morphed into a highly discussed research object at the international level. The main purpose of this article is to map out reasonable moral foundations for a theory of international justice by appraising the theories of international justice and the critics of these theories. After analytically examining the moral foundations of the theory of international justice such as national sovereignty, duty to help, and the harm principle, the study suggests that it is possible to construct a theory of international justice based on human rights and freedoms.

**Keywords:** International Justice, Sovereignty, Duty to Help, Harm Principle, Human Rights.

<sup>1</sup> Bu çalışmanın hazırlanmasında TÜBİTAK Yurt Dışı Doktora Sonrası Araştırma bursunun sağladığı imkânlardan faydalanılmıştır. Katkılarından dolayı TÜBİTAK'a ve sunduğu akademik ortam sebebiyle Purdue Üniversitesi Siyaset Bilimi bölümüne şükranlarımı sunarım.

\* Dr. Öğretim Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi/Adalet Meslek Yüksekokulu/Adalet Bölümü, mkocaoglu@konya.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-1104-4223.

## GİRİŞ

Adaleti domestik sınırlar içinde mümkün kılacak ilkeler üzerine çok geniş bir literatür ortaya çıkmış durumdadır. Domestik sınırlar içerisinde adaleti tesis etmeye çalışan adalet teorileri; hak, özgürlük, hak ediş, eşitlik, yeniden dağıtım, yetkilenme, birlikte yaşama unsurlarını kapsayan bir matris içinde değerlendirilebilecek çabalar ve temel olarak aynı sınırlar içerisinde yaşayan insanlar için bir adalet anlayışı geliştirmek amacını paylaşmaktadırlar.

Adaletin hangi temeller ve ilkeler üzerine inşa edilmesi gerektiği, siyaset felsefesinin hangi kavramlarını içerebileceği, vatandaşların hangi haklara ve özgürlüklere sahip olduğu, birbirlerine karşı ne tür yükümlülükleri olduğu, devletin vatandaşlarıyla olan ilişkisinin niteliği ve adaletin tesis edilmesinde devletin rolü domestik politik düzlemde adalet teorilerinin uğraştığı temel sorunlardan bazılarıdır.

Sosyal bir varlık olarak ulusal ve uluslararası arenada birlikte barış içinde ve adil bir düzende birlikte yaşamak mümkünken, günümüzde savaşların, küresel yoksulluğun, ırka ve dine dayalı ayrımcılıkların yaşanması ve hala devam ediyor olması doğal olarak insanları, adaleti uluslararası düzeyde tesis edecek temel ilkeleri aramaya yöneltmiştir. Bu sebeple siyaset felsefesinde adalet probleminin tartışılmasında son zamanlarda önemli bir kayma gerçekleştiği söylenebilir. David Miller'ın da (2016: 14-15) ifade ettiği gibi siyaset felsefesi büyük oranda devletlerin iç meselelerini inceleyen devlet merkezli bir alandan devletler arasındaki ilişkileri inceleyen bir alana doğru evrilmektedir.

Bu makalenin temel amacı uluslararası adalet teorilerine ilişkin tartışmalara katkıda bulunmak ve domestik seviyede adaletle ilişkin siyaset felsefesinin temel sorunlarının global düzeydeki karşılığını analiz etmektir. Çalışmada, uluslararası adalet teorileri içinde birbirine karşıt olarak konumlandırılmış teoriler karşılaştırmalı olarak değerlendirilecektir. Siyaset felsefesi literatüründeki farklı uluslararası adalet teorilerinin içerdikleri ilkeler, unsurlar ile bunlara ilişkin farklı ve benzer yorumlar, bu teorilere yöneltilen eleştiriler bir uluslararası adalet teorisinin dayanması gerektiği ilkelerin ve içermesi gereken unsurların neler olduğuna dair yeterli ipuçları vermektedir. Böyle bir değerlendirmenin çalışmanın amacına ulaşması noktasında işlevsel olacağı düşünülmektedir. Bu tür bir karşılaştırma, mümkün bir uluslararası adalet teorisini yeniden yorumlamak için gerekli zemini sunacaktır. Bu amaçla makalenin ilk kısmında uluslararası adaletin kapsamına ve uluslararası adalet teorilerine ilişkin teorik çerçeve sunulacaktır. Ardından uluslararası adaletin ahlaki temelleri olarak kabul edilen ulusal egemenlik, yardım etme ödevi, zarar ilkesi analitik bir perspektifle incelendikten sonra insan hakları ve özgürlükleri temelinde uluslararası adaleti inşa etmenin mümkün olduğu savunulacaktır.



## ULUSLARARASI ADALETİN KAPSAMI

Yeryüzünde sosyal bir varlık olarak yaşamaya başladığı ilk günden itibaren pek çok insan adaletin ne olduğu sorusunun cevabını aramaktadır. Eski çağlardan günümüze kadar adaleti edebî olarak ele alan eserler ya da teorik olarak sistematize etmiş tüm adalet teorileri, ütopyik ve normatif boyutlarda “adalet ve adil toplum nedir?” sorusunu yanıtlamaya çalışmaktadırlar. Antik uygarlıklardan günümüze kadar çok sayıda düşünür domestik ya da uluslararası bir adalet teorisi inşa ederek adaletin ideal ilkelerini bulmaya çalışmıştır (Kocaoğlu, 2018: 2-3).

Tarihsel süreç içerisinde insanlığın kurmuş olduğu ilk medeniyetlerde adalet intikam almakla eş tutulmuş, ardından Platon (2008) ve Aristoteles (2012) ile birlikte toplumsal yapı ve bireysel erdem ile ilişkilendirilmiş, Hobbes’un (2008), Locke’un (2012) ve Rousseau’nun (2009) yaklaşımlarıyla siyasal sistemin meşrulaştırılmasının bir aracı olarak işlev görmüş, Hume’un (2009) ve Mill’in (2009) metinlerinde toplumsal faydanın maksimize edilmesine indirgenmiş, Kant’ın (1984) anlayışında ise insanın özerkliğini ve biricikliğini esas alan bir anlama sahip olmuştur.

Adalet, tarihsel olarak sadece intikama, bireysel erdeme, siyasal sistemin meşruluğuna, insan özerkliğine, haklarına ve özgürlüklerine bağlı olarak tasvir edilen bir kavram olmanın ötesine taşınarak toplumsal yapıdaki adaletsizliklere işaret etmenin de aracı olmuştur. Marksist adalet anlayışları ve refahın dağıtımını esas alan adalet anlayışları, gelirin yeniden dağıtımıyla toplumsal yapıdaki sorunların ve adaletsizliklerin giderebileceğini varsaymıştır. Ancak süreç içinde bu tür bir çabanın, adaleti gelir dağıtımına indirgemenin, toplumsal yapıdan kaynaklanan ve ırka, cinsiyete, sınıfa dayanan adaletsizliklerin gözden kaçırılmasına sebep olacağına işaret eden düşünürler adaleti, toplumdaki sınıfsal, ırkçı ve cinsiyetçi ayrımcılıklara ışık tutan ve birlikte yaşamayı engelleyen toplumsal eşitsizlikleri eleştirmenin zemini olarak kabul etmişlerdir (Young, 1990: 15-16). Adalet böylece toplumsal işbirliğinin (Rawls, 1971; 2001; 2006; 2007) ve birlikte yaşamının mümkün zemini demokrasi (Habermas, 2001; 2005; 2009a; 2009b) ile ilişkilendirilmiştir.

Uluslararası adalet, domestik düzeyde geçerli olacak adalet ilkelerini belirleyen adalet teorilerinden farklı olarak, küresel yoksulluk, insan hakları, insani müdahale, adil savaş, barış inşa etme, göç vb sorunları konu edinir. Siyaset felsefesinin adaleti ilgilendiren temel sorularını global seviyede çözümlmek adına uluslararası adalet aşağıdaki sorulara odaklanır (Caney, 2005: 1):

- Bir uluslararası adalet teorisi siyaset felsefesinin uzun tarihi içerisinde ortaya çıkan hangi kavramları içermelidir?



- Domestik ve uluslararası adalet teorilerinin içerdiği kavramların ve ilkelerin felsefi temellerinin kesiştiği ve ayrıldığı uğraklar nelerdir?
- Bir uluslararası adalet teorisinin üzerinde inşa edileceği evrensel ahlaki ilkeler var mıdır? Bu evrensel ahlaki ilkelerin geçerliliği ve tutarlılığı noktasında domestik ya da global seviyede bir farklılık var mıdır?
- Uluslararası arena ahlaki içerikten yoksun sadece devletlerin güç mücadelesine indirgenebilecek bir alan mıdır? Uluslararası arenanın ilkeleri ve bu ilkelerin sınırları çerçevesinde eylemde bulunacak aktörler kimlerdir?
- Devletlerin birbirlerinin bağımsızlıklarına ve egemenliklerine saygı göstermek dışında birbirlerine karşı yerine getirmek zorunda oldukları bir takım ödevler var mıdır? Eğer varsa, bunların haklılaştırması hangi felsefi temellere dayandırılabilir?
- Küresel yoksulluk ve açlık dikkate alındığında zenginliğin ve refahın küresel yeniden dağıtımı mümkün müdür? Eğer mümkünse, küresel yeniden dağıtımı haklılaştıracak uluslararası adalet teorisinin temelleri hangi kavramlara ve ilkelere dayanmalıdır?
- Adil olmayan savaşlarda yaşanan geniş insan hakları ihlallerine karşı insani müdahale gerekli midir? Eğer gerekliyse, hangi durumlarda bu kabul edilebilir ve şartları nelerdir?

Her ne kadar farklı sorunlara odaklansalar da uluslararası adalet teorilerinin ve domestik adalet teorilerinin içerdikleri kavramların ve ilkelerin felsefi temelleri kesişmektedir. Bir uluslararası adalet teorisi, domestik sınırlar içerisinde işlevsel olması amacıyla inşa edilen adalet teorisi gibi insan hakları, özgürlükleri, ödev, eşitlik, hak ediş, yetkilenme, zarar ilkesi, birlikte yaşam unsurlarının uygun bir dengesine dayanır. Dolayısıyla ulusal düzeyde adaleti inşa ederken başvurulan siyaset felsefesi kavramlarına dayalı felsefi muhakemeye uluslararası adaletin ilkelerini ararken başvurulması düşünsel tutarlığın gereğidir. Uluslararası adalet teorilerinin temel konuları arasında yer alan insan hakları, küresel yeniden dağıtım, adil savaş, insani müdahale, adil barış etme süreci, göç vb. sorunlar yukarıda sayılan kavramlara dayalı bir çözümlemeyi mecbur kılar. İfade edilen bu uluslararası sorunlara; egemenlik, eşitlik, ödev, hak ediş, zarar, insan hakları ve özgürlükleri kavramlarını kullanarak çözüm bulmaya çalışan farklı uluslararası adalet teorileri vardır.

## ULUSLARARASI ADALET TEORİLERİ

Uluslararası adaletin temellerini ve ilkelerini betimsel ve analitik düzeyde inceleyen uluslararası adalet teorileri; hak, özgürlük, eşitlik, hak ediş, yetki-

lenme, yeniden dağıtım kavramlarını doğrudan ya da dolaylı olarak domestik sınırların ötesine taşıyan teorik çabalarıdır. Bu teoriler, temel olarak uluslararası alanda geçerli olacak adaletin temel ilkelerini belirlemek amacı taşımaktadırlar.

Uluslararası adaletin ilkelerini belirleme amacı taşıyan uluslararası adalet teorileri, domestik düzeyde geçerli olacak adalet ilkelerini belirleyen adalet teorilerinden farklı olarak, küresel yoksulluk, insan hakları, insani müdahale, adil savaş, barış inşa etme konuları üzerinden tartışmayı yürüterek adalet teorilerinin zeminini domestik arenadan uluslararası zemine teşmil etmektedirler. Böylece adalet ulusal sınırları aşan bir içeriğe sahip olurken, adaletin sağlanacağı ölçek ve adalet talep eden ve bundan yararlanacak muhataplar uluslararası bir nitelik kazanmaktadır.

Bir uluslararası adalet teorisinin hangi kavramları ve ilkeleri içermesi gerektiği soruları literatürde göreceli olarak daha az ele alınmakla birlikte John Rawls'ın (1971; 2006; 2007) Amerika kıtasında siyaset felsefesinde "konuyu değiştiren" üç temel eserinden sonra "Uluslararası Adalet Problemi" akademik çevrelerde artan bir ilgiyle tartışılmaya başlanan önemli bir felsefi nesneye dönüşmüştür. Bunun sonucunda uluslararası adalet üzerine geniş literatür ortaya çıkmıştır. Bu geniş literatür dikkate alındığında uluslararası adalet teorilerine ilişkin tipolojinin temel olarak üç farklı teorik yaklaşım içerdiği ifade edilebilir: Kozmopolitanizm (Cosmopolitanism), Realizm (Realism) ve Milliyetçilik (Nationalism).

Kozmopolitanizm, siyasal düşünceler tarihi içerisinde Stoacılarından, Kant'a, Rawls'a kadar birçok düşünürü uzanan bir geçmişe sahiptir. Bu teorinin sınırları içerisinde çalışan düşünürlerin temel ortak ilkeleri; insanın her türlü yapının karşısında öncel olduğu, insanların eşit olduğu ve insana yüklenen kutsallığın ve öncelliğin yarattığı ödevlerin evrensel bir güce sahip olduğu ahlaki iddialarına dayanmaktadır (Pogge, 1994a; 1994b; 2002, Beitz, 1973; 1983 ve Singer 1972; 2002). Dolayısıyla adı geçen bu düşünürler bir uluslararası adalet teorisinin bu temel ilkeler üzerine kurulması gerektiğini ısrarla vurgulamaktadırlar. Bazı düşünürler bu üç temel ilkenin uluslararası adalet teorisi için yeterli dayanak olduğunu düşünürken bazıları ise uluslararası adalet teorisinin dünya devleti gibi birtakım kurumlara ihtiyaç duyduğu noktasında ısrarcıdır. Bu noktada Kozmopolitanizm diğer bir Uluslararası Adalet Teorisi olan Realizm'in eleştirileriyle yüzleşmek zorundadır.

Machiavelli'nin (2009a; 2009b) ve Hobbes'un (2008) metinlerine kadar izi sürülebilecek "Realizm" olarak adlandırılan uluslararası adalet teorisi Kozmopolitanizm'in temel ahlaki ve normatif ilkelerinin uluslararası arenada uygulanabilir olduğu noktasında şüphecidir. Machiavelli ve Hobbes gibi realizmin her iki öncü düşünürü, domestik ve uluslararası alanı klasik dönemin idealizm mirasından kurtarmak yönünde ilk adımları atmış ve etiği bu alanların dışına

itmişlerdir. Modern dönemin Realizm teorisinin sınırları içinde kalem oynatan düşünürlerine (Morgenthau 1946; 1954, Waltz 1979) göre de uluslararası arena, Kozmopolitanizm'in ahlaki ilkelerinin betimlediği adalete yer olmayan bir alandır; bu alanda evrensel değerlerin ve çıkarların varlığından söz etmek olsa olsa ütopyacıdır. Bu teori, devletlerin en önemli sorumluluğunun kendi çıkarlarının takip edilmesi olduğu temel ilkesine dayanmaktadır. Bu teoriye göre uluslararası alan her devletin kendi varlığını devam ettirmek, kendi çıkarını belirlemek ve gücü elde etmek için mücadele verdiği, gücün erdemle yer değiştirdiği bir vasattır.

Milliyetçiliği esas alan uluslararası adalet teorisi hem Realizm'in hem de Kozmopolitanizm'in temel varsayımlarını eleştiren bir içeriğe sahiptir. Bu teorinin içerisinde teorilerini inşa etmiş olan düşünürler (Tamir 1993, Miller 1995) temel olarak ulusların kendilerini yönetme hakkına ve egemen olan bir devletin gerekliliğinin altını çizmektedirler. Ayrıca bu düşünürler Kozmopolitanizm'in aksine sadece paylaştığımız domestik sınırlar içinde yaşayan yurttaşlarımıza karşı birtakım sorumluluklarımız ve ödevlerimiz olduğunu vurgulamaktadırlar. Onlara göre ancak bir ulus içinde yaşamak insanların kendilerini geliştirmelerine imkân tanır. Realizm'den de farklı olarak bu teoriye göre uluslararası alan ahlaki ilkeler olmadan içinde hareket edilecek bir vasat da değildir.

Görüldüğü gibi uluslararası adalet teorileri siyaset felsefesinin farklı kavramlarını kullanarak ahlaki olarak temellendirilmektedir. İnsan hakları, egemenlik ve ulusal çıkar, yardım etme yükümlülüğü, zarar kavramlarına başvurularak uluslararası adalet teorilerinin ahlaki gerekçelendirilmeleri yapılmaktadır. Uluslararası adaleti inşa etmek adına ulusal egemenlik, çıkar ve güç mücadelesi kavramlarını merkeze alan bir yaklaşım mevcut olduğu gibi insan haklarının evrensel olduğu kabulünden hareketle uluslararası adalet teorisini insan hakları ve yardım etme ödevi temelinde kurgulayan başka bir yaklaşım, uluslararası adalet teorisini sadece kendi vatandaşlara yardım etme yükümlülüğü ile haklılaştıran başka bir yaklaşım da mevcuttur. Adaleti uluslararası zemine taşıma ve teorileştirme çabaları dolayısıyla bazen tek bir kavramında dayanarak bazen de siyaset felsefesinin pek çok kavramını içerek şekilde ahlaki olarak gerekçelendirilmektedir.

Çalışmanın devamında uluslararası adalet teorilerinin ahlaki gerekçelendirmelerinde ileri sürülen ulusal egemenlik, çıkar ve güç, zarar ilkesi, yardım etme ödevi ve insan hakları kavramları üzerinden uluslararası adaleti teorileştirmekte işlevsel olabilecek haklı bir zeminin ne olması gerektiği analiz edilecektir.

## ULUSLARARASI ARENADA EGEMENLİK, GÜVENLİK VE GÜÇ

Uluslararası adalet teorisi inşa edilirken ulusal egemenlik, çıkar ve güç başvurulan önemli kavramlardır. Ulusal egemenlik, çıkar ve güç kavramlarının uluslararası adaleti sağlamak için kullanılması uluslararası düzenin doğasına ilişkin bir varsayım içermektedir. Bu varsayıma göre uluslararası düzen herkesin birbirinin düşmanı olduğu anarşik bir düzendir (Geuss, 2008: 23-30). Bu düzen, evrensel ahlaki ilkeleri içermeyen, normative herhangi bir iddiaya yer olmayan, devletlerin birbirlerinin kurdu olduğu bir alana karşılık gelmektedir (Morgenthau 1946; 1954, Waltz 1979).

İnsanların domestik alanda gerekli ahlaki ilkeleri izlemek noktasında yetersiz kabul edilmesine benzer şekilde uluslararası alanda yer alan ve önemli görevleri üstlenen devletler de herhangi bir ahlaki ilkeyi izlemek noktasında sorumsuz kabul edilmektedir. Dolayısıyla uluslararası düzenin doğasına ilişkin bir kötümser anlayış söz konusudur. Uluslararası düzende her devletin sadece kendi çıkarını maksimize etmek adına her hangi bir ahlaki ilkeyi takip etmek noktasında isteksiz olacağı kabul edilmektedir. Bu yüzden uluslararası düzenin anarşik bir doğaya sahip olduğu savunulmaktadır.

Bu anarşik düzende devletlerin egemenliği, çıkarı ve bunları garanti edecek uluslararası hukuk, uluslararası adaleti sağlayacak zemin olarak sunulmaktadır (Morgenthau, 1979: 11). Uluslararası siyaset sadece çıkarlarını maksimize etmeye çalışan ülkeler arasındaki güç mücadelesinden ibaret olarak kabul edilmektedir.

Uluslararası düzen, devletlerin egemenliklerini garanti edecek çıkar ve güvenlik ihtiyacı üzerinde yükseldiğinden normatif ilkelerin bu alanda herhangi bir işlevi olmadığı savunulmaktadır. Uluslararası düzenin işleyişinde insan hakları, eşitlik, yardım etme ödevi vb. kavramlara yer olmadığına dair kabul önemli bir zemin olarak sunulur. Bu noktada tesis edilecek uluslararası adaletin üzerine inşa edileceği önemli ahlaki felsefi temeller olarak ulusal egemenlik, ulusal çıkar ve güvenlik öncelikli olarak ileri sürülür (Bull, 1977: 65). Dolayısıyla uluslararası düzende ütopyacı idealler içi boş ve herhangi bir geçerliliği olmayan süslü düşünceler kategorisine sokulur. Evrensel ahlaki ilkelere dayalı uluslararası düzen ve adalet tasavvuru ütopya olarak kabul edilir (Morgenthau 1982, Waltz, 1979: 117).

Uluslararası düzen ütopyacı idealler olarak adlandırılan ahlaki ilkelerden ve kavramlardan temizlendiğine göre geriye herhangi bir ahlaki değere ve ilkeye dayanmayan bir uluslararası düzene ulaşıldığı düşünülebilir. Bu noktada adaletin uluslararası zeminde tesis edilmesinde ulusal egemenlik ve çıkarın gerekli zemini sunup sunamayacağı akademik bir sorgulamaya muhtaçtır. Bir başka deyişle ulusal egemenlik, çıkar ve güç kavramlarının uluslararası adaleti sağlayabilme kapasitesinin tartışılması ve irdelenmesi gerekmektedir.

Uluslararası adaletin inşa edilmesinde öyle ifade edildiği gibi tüm değerlerin yok olduğu nötr bir zemine otomatik olarak ulaşıldığını kabul etmek metodolojik bir çabukluktan öteye anlam taşımaz. Aslında uluslararası adaletin üzerine oturacağı zeminde ahlaki değerlere ve ilkelere yer olamayacağını ileri sürmekle bu sonuca kendiliğinden ulaşılmaz. Bu noktada yapılan şey uluslararası adaletin tesis edilmesinde kullanılacak ahlaki ilkelerin ve değerlerin önceliğindeki sıralamanın değişmesidir. Yani, uluslararası alanda adaleti tesis etme çabalarında zemini meydana getiren ahlaki değerler ve ilkeler yok olmaz sadece isim değiştirir.

İnsan hakları, eşitlik, ödevler, hak ediş gibi bir takım evrensellik iddiasını taşıyan idealler yerlerini ulusal egemenlik, ulusal çıkar ve güç gibi subjektif ve tikel olan kavramlara bırakmışlardır. Catherine Lu'nun (2006: 18) çok doğru bir şekilde ifade ettiği gibi aslında uluslararası alanda normatif herhangi bir ilkenin ütopyadan öteye anlam taşıyamayacağını savunan yaklaşımın kendisi devletlerin egemenliğini ve egemenliğe karışılmaması ödevini uluslararası toplumun merkezine yerleştirmektedir.

Egemenliğe diğer tüm kavramlar karşısında öncelik veren yaklaşımın şu sorulara cevap vermesi gerekmektedir. Ulusal düzeyde ve Uluslararası arenada adaletin ilkelerini tesis ederken aynı kavramlara dayalı farklı bir felsefi muhakeme kabul edilebilir mi? Devletlerin ulusal egemenlik haklarının ahlaki temelleri ve sınırları nelerdir? Meşru bir devlet olabilmenin koşulları nelerdir? İnsan hakları karşısında egemenliği öncel kılan argümanın temel dayanağı nedir? İnsan hakları ve egemenlik arasındaki ilişki ne olmalıdır?

Ulusal egemenlik, devletlerin, ülkelerini yönetirken dış müdahaleden uzak olmalarını gerektirir. Ancak bu durum ulusal egemenlik hakkını kullanan devletlerin her türlü sınırlamalardan azade oldukları anlamına gelmez. Her şeyden önce ulusal egemenliğin en önemli sınırlayıcı unsuru insan haklarıdır. İnsan haklarını ihlal eden bir devletin ulusal egemenliğine biçilen kutsallık sorgulanır hale gelir (Pavel, 2014: 101). Hobbescu anlamda bile olsa ulusal egemenlik hakkını kullanan bir devletin insan haklarını ihlal edemeyeceği esastır. Hobbes'un doğa durumunda bile devleti inşa eden bireylerin temel kaygısı, güvenliği tesis etmek ve birbirlerine karşı haklarını koruyacak bir aktörü hakem olarak oyuna dahil etmektir. Yani bireylerin haklarının hem birbirlerine karşı hem de devletten gelecek her türlü tecavüze karşı korunması ulusal egemenlik için esas sınırlamadır. Devlet egemenliğinin gerekliliği kabul edilebilir bir husustur. Ancak insan haklarına yönelik en önemli tehditlerin ve tecavüzlerin devlet tarafından geldiği de tarihsel bir gerçekliktir.

Aslında bu noktada ortaya çıkan epistemik sakınmaya işaret etmek önemlidir. İnsan haklarını egemenliğin ulusal sınırlar içindeki kullanımında önemli bir

sınırlayıcı olduğunu kabul eden düşünsel anlayışın insan haklarını uluslararası düzeyde sınırlayıcı kabul etmemesi önemli bir tutarsızlıktır. Bu noktada ulusal egemenlik, çıkar ve güç kavramlarını uluslararası adaletin sağlanmasında ahlaki temeller olarak kabul edilmesi durumunda Lomasky ve Loren'in (2015: 184) belirttiği gibi devletlerin vatandaşlarına nasıl davranması gerektiğine ilişkin bir boşluk ortaya çıkar. Bir başka deyişle ulusal sınırlar içerisinde ulusal egemenliğin kullanılmasında insan haklarını önemli bir sınırlama olarak kabul edip öte yandan uluslararası düzlemde aynı insan haklarını ütopyacı idealler olarak etiketleyip ulusal egemenliğin kullanılmasında sınırlayıcı unsur olmaktan çıkarmak epistemik bir sakınmanın yansımasıdır.

Sadece egemenliğin korunması ve her aktörün çıkarını maksimize etmek için mücadele ettiği bir global düzen ve uluslararası adalet anlayışı insan haklarının ihlal edilmesini engellemek noktasında yeterli güvenceleri üretemeyecektir. Bu tür bir düzende her devlet sadece kendi çıkarını kovalayıp, diğerlerinin acılarını ve sıkıntılarını duymak ve çare üretmek noktasında sessiz kalacaktır. Günümüzde de yaşananlar bundan ibarettir. Milyonlarca insan kendi ülkelerindeki iç savaş ve diğer kötü uygulamalar neticesinde acı çekmeye devam etmektedir. Dünyanın pek çok yerindeki iç savaş ve silahlı mücadeleler insan haklarını ağır bir biçimde ihlal etmektedir. Diğer devletler kendi çıkarlarını maksimize etmek adına uluslararası siyasal, ekonomik ve hukuki düzenin yarattığı adaletsizliklere ve eşitsizliklere sebep olmakta ya da seyirci kalmaktadır. Bu sebeplerden ötürü ulusal egemenlik, çıkar ve güç kavramları üzerinde temellendirilmiş uluslararası adalet teorisi adil bir uluslararası düzen yaratmadığı gibi var olan her türlü siyasal, ekonomik ve hukuki adaletsizliği yenden üreten bir mekanizmaya dönüşmektedir.

## YARDIM ETME ÖDEVİ VE ULUSLARARASI ADALET

Ulusal egemenlik, ulusal çıkar ve güç ilişkileri adil bir uluslararası adalet teorisinin zemini olarak yeterli zemini sunmadığından yardım etme ödevi global arenada bu işlevi yerine getirebilecek önemli bir temel olarak sunulur (Singer, 2012; 2009, Shue, 1999, O'neill, 1986; 2000; 2016). Buna göre insan haklarının evrensel olmasından ötürü insanların birbirlerine karşı birtakım ödevleri olduğundan hareketle uluslararası adaletin yardım etme ödevi üzerinden geçerli bir teorik zemine sahip olduğu iddia edilir. Uluslararası adaletin sadece insan haklarına saygı duymakla ve korumakla inşa edilemeyeceği, insanların birbirlerine yardım etme ödevinin uluslararası adaletin sağlanmasında önemli bir işlevi yerine getireceği vurgulanır.

İnsan haklarının evrensel olması ve insan hayatının korunmasının biricik ve en önemli amaç olarak kabul edilmesi, yardım etme ödevinin haklı ve geçerli



zemini olarak kabul edilir. Singer'e göre (2012: 17) boğulmakta olan çocuğu kurtarmak ahlaki ödevi ile uzaktaki bir yabancıyı kurtarmak ödevi arasında ahlaki olarak bir farklılık bulunmamaktadır. Her iki durumun yarattığı ahlaki ödev, insanın biricik olduğu ve haklara sahip olduğu kabulüne dayanmaktadır. Her iki örnekte de boğulan çocukla ya da uzakta açlıktan ölmekte olan çocukla aramızdaki ahlaki ilişki aynıdır ve yardım etme ödevi doğurmaktadır. Bu sebeple mevcut uluslararası düzendeki ekonomik, siyasi ya da hukuki mahiyeti bulunan yapısal adaletsizliklere bakılmaksızın her insanın ve kurumun kapasitesi ve imkânları elverdiği ölçüde diğerlerine yardım etme ödevi olduğu ileri sürülmektedir (O'Neill, 2016: 169).

Yardım etme ödevinin uluslararası adaletin esası olduğunu ileri sürenler arasındaki en önemli isimlerden Singer (2009: 25-27) var olan uluslararası adaletsizliklerdeki payımızdan bağımsız olarak insanların birbirlerine karşı sorumluluğu olduğuna işaret eder. Bir başka deyişle uluslararası adaletin sağlanmasında var olan adaletsizliğin ortaya çıkmasında aktörlerin payı olup olmadığı, global yardım etme ödevinin ortaya çıkmasında bir önem taşımaz. Global adaletsizliklerde ister bizim katkımız olsun isterse hiçbir katkımız olmasın uluslararası adaletin tesis edilmesinde pozitif ödevlerimiz olduğu kabul edilir. Ancak bu perspektif birkaç noktada sorunludur.

Uluslararası adaleti yardım etme ödevi üzerine inşa etmek çabası, bireylerin var olan bir adaletsizlikte payı olup olmadığını gözden geçirir. Her şeyden önce adalet kavramının kendisi temel olarak bireyin eylemlerinin diğerlerinin üzerinde etkili olmasıyla oyuna dâhil olur. Bireyin diğerine yardım etme ödevinin ortaya çıkabilmesi için ortaya çıkan adaletsizlikte ya da kötü bir durumda bireyin sorumluluğunun olup olmadığı önemlidir. Eğer var olan adaletsizlik bireyin eylemlerinden kaynaklanmışsa bu durumda bunun telafi edilmesi ve tazmin edilmesi zorunluluk içerir. Dolayısıyla söz konusu adaletsizlik doğrudan ve dolaylı olarak bireyin bir eyleminden kaynaklanıyorsa zarar verdiği kişinin uğramış olduğu zararları tazmin etmesi adaletin bir gereğidir. Burada gönüllülüğü aşan ve zorunluluğu içeren bir yardım etme ödevi söz konusudur. Eğer var olan kötü bir durumda, bireyin doğrudan ve dolaylı bir katkısı olmadıysa bu durumda bireyin kötü durum içerisinde bulunana yardım etme ödevinin zorunlu olduğunu iddia etmek için yeterli ve geçerli bir argüman yoktur. Dolayısıyla gönüllülük esasına dayanan bir yardım etme ödeviyle karşı karşıya kalırız.

Uluslararası adalet sadece yardım etme ödevi konusuyla geçiştirilecek bir soruna karşılık gelmez. Daha da ötesi birey ve kurumların eylemleriyle yakından ilişkilidir. Uluslararası adaleti sadece yardım etme ödevi ile ilişkilendiren ve bireylerin sorumluluğunu dikkate almayan bir uluslararası adalet teorisi eksik



temeller üzerine oturmaktadır. Çünkü bu tür bir teori var olan tüm adaletsizliklerin sebeplerini ve aktörlerini yeterince sorgulamaz. Sebepler ve aktörler üzerine bir çözümleme var olan sorunların adaletin konusu olup olmadığını ortaya koyabilir. Eğer mevcut sorun bireyin ya da bir kurumun eylemiyle ilişkiliyse ortaya çıkan sorunu gidermek bir adalet ödevidir. Ancak uluslararası sorunun sebebi herhangi birinin eyleminden kaynaklanmıyorsa bu durumda bunun karşılığı olarak yapılması gerekli olan şey adalet ödevi olmayıp cömertlik, hayırseverlik ve merhamet vb başka kavramlara karşılık gelir.

Yardım etme ödevi esasında uluslararası adaleti inşa eden bir teorinin ortaya çıkan sorunda kimin payı ve sorumluluğu olduğu hususunu dikkate almaması adalet adına mevcut olan sorunda hiçbir sorumluluğu olmayan insanlardan beklenecek ahlaki davranışın kapsamı noktasında makul bir sınır sunamaz. Dolayısıyla sınırları belli olmayan bir yardım etme ödevi bireylerin eylemlerinin sonuçlarından sorumlu olduğu ilkesinden vazgeçmek için gerekli argümanları üretmez. Ayrıca bu tür sınırları belirsiz ve bireylerin ya da kurumların eylemleriyle ilişkilendirilmemiş bir yardım etme ödevinin bireyler üzerinde yardım etme ödevini zorla uygulamaya koyacak bir aygıt olarak devletin daha da genişlemesi sonucunu ortaya çıkaracaktır.

Singer'in örneğinde bir su birikintisinde boğulmakta olan çocuğu, çocuğun su birikintisine düşmesinde doğrudan ya da dolaylı herhangi bir payı olmadığını iddia ederek çocuğu kurtarma ödevi olmadığını söylemek elbette ahlaken problemlidir. Kendi kusuru olsun ya da olmasın bir insanın ölümünü engelleyecek durumda olan birisinin bundan sakınması ve olana seyirci kalması ahlaken normal karşılanabilecek bir durum değildir. Fakat bu örnekte çocuğu kurtarmanın gerekliliği adalet kavramıyla ilişkili bir durum olmayıp merhamet, yardımseverlik ve dayanışma duygularıyla ilişkilidir. Bir insanın hayatının kurtarılması pozitif ödevi, elbette negatif özgürlükler ve bu özgürlüklerin yarattığı ödevler kadar önemlidir. Fakat bu örnekten yola çıkarak yardım etme ödevinin uluslararası adalet teorisinin temeli olarak sunulması adaletin yukarıda belirtilen duygularla karıştırılması anlamına gelir. Adı geçen duyguların önemsiz olduğu ileri sürülemez ama hatırlanması gereken husus adaletin insanların eylemlerini yönlendiren yanlışlanması ve karşı durulması zor olan bir gerekçeye dayanmasıdır.

Yardım etme ödevi, adalet kavramı kadar önemlidir (Satz, 2005: 52). Fakat adaletin, insan eylemleri üzerinde zorlayıcı etkileri bulunmaktadır. Bir insanın eylemi ya da bir kurumun politikaları neticesinde bir diğer kişi bundan olumsuz etkilenmişse bunun telafi edilmesi zorunludur. Bu noktada bireyin ya da kurumun adaletin gereği olarak ortaya çıkan zararı tazmin etmesi beklenir. Ancak dünyanın herhangi bir yerde var olan adaletsizliklerin temelinde

başka bir ülkenin politikalarının ya da o ülkede yaşamayan insanların bir payı yoksa bu durumda bu olumsuz tablo uluslararası adaletin konusu değildir. Dolayısıyla o ülkede yaşamayan insanlar var olan adaletsizlikte hiçbir şekilde payı olmadıkları halde yardım etme ödevi gereği sorunun çözümünde rol oynamaya zorlanamaz.

Dünyanın farklı coğrafyalarında sel, deprem, kuraklık, salgın hastalık vb. doğal felaketler ise bu felaketlerin yaşandığı ülkelerde yaşamayan insanlar için yardım etme ödevi yaratsa da bu durum uluslararası adaletin gereği olarak yorumlanamaz. Doğal felaketler yüzünden insanların yaşadıkları acıları hafifletmek üzere alturistik davranışlarda bulunmakta ahlaken bir sakınca bulunmamaktadır. Fakat bu yardım etme ödevinin yaptırım gücüne sahip devletler ve uluslararası organizasyonlar tarafından hukuki statüye kavuşturulması ahlaken sorunludur. Bu tür alturistik esasta yapılan yardımların gönüllülük esasında yapılması doğru olacaktır.

Uluslararası bir adalet teorisinin pozitif ödevler esasında temellendirilmesi mevcut global sorunların ortaya çıkmasında sorumluluğu ve kabahati olmayan bireyler ve kurumlar için geçerli ve ikna edici bir ahlaki gerekçe sunamamanın ötesinde aynı zamanda bir ülkede var olan ve doğal ve sosyal talihten kaynaklanmayan sorunların kronik bir hale dönüşmesine ve mevcut sorunların daha da derinleşmesine de sebep olabilir (Schmidtz, 2000, Kuper, 2002, Lomasky and Teson, 2015). Ancak yardım etme ödevinin mevcut global sorunların çözümünde hiç bir katkısının olmadığını ya da var olan sorunları her zaman kronik hale dönüştürdüğünü ileri sürmek yerine bu tür yardımların gönüllülük esasında olması gerektiğini vurgulayıp olay bazında yardım etme ödevinin sorunun çözümünde katkı sağlayıp sağlamayacağını belirlemek daha doğru olabilir.

Devlet ve uluslararası diğer kurumların yardım etme ödevinin aktörleri olarak kabul edilmesi ahlaken problemlidir. Bunlardan birincisi dünyanın herhangi bir köşesindeki adaletsizliğin ortaya çıkmasında herhangi bir sorumluluğu ve payı olmayan bireylerin negative hak ve özgürlükleri ihlal edilir ve bireyler arasındaki farklılık (separateness) gözden kaçırılmış olur. İkincisi ise devlet ve diğer uluslararası aktörlerin yardım etme çabaları neticesinde arzulanan tablo ortaya çıkmayıp, yardım etme ödevinin gereği olarak aktarılan kaynaklar sorunun çözümünde etkin şekilde kullanılabılır (Walzer, 2011: 76).

Bu kaynakların hepsi ya da bir kısmı yardım eden veya yardım yapılan ülkenin yöneticilerinin tasarrufları neticesinde ilgili sorunun çözümünde kullanılabılır. Bazı durumlarda ilgili sorunun çözümünde yardımın yerel aktörler yerine ilgili sorundan doğrudan etkilenenlere yapılması daha doğru bir yol olabilir. Yerel aktörler yerine ilgili sorundan dolayı mağdur olmuş insanlara yapılacak yardımın bazı durumlarda nakit olması daha etkili sonuçlar doğu-

rabilir. Bazı durumlarda ilgili soruna maruz kalan bölgedeki insanların söz konusu sorundan etkilenme seviyelerini en aza indirmek için mikro ölçekli projelerine destek sağlanabilir (Hassoun, 2012: 123-143). Bazı durumlarda o sorunu sona erdirecek sosyal projeler desteklenebilir.

Uluslararası adalet teorisinin ahlaki bir temeli olarak yardım etme ödevi farklı örneklerde farklı uygulamalar gerektirir. Yardım etme ödevi uluslararası adalet teorisinin temeli olmak noktasında yeterli ve ikna edici argümanları sunamaz. Fakat bu yardım etme ödevinin hiç bir önemini olmadığı ya da uluslararası adalet teorisinin bir parçası olamayacağı anlamına gelmez. Yardım etme ödevi gönüllülüğe dayandığı ve yeniden dağıtımın bir aracı olarak düşünülmediği sürece var olan bir takım uluslararası sorunları çözmek ve acıları hafifletmekte etkili bir araç olabilir. Bu ödevin devletler ve uluslararası kurumların yeniden dağıtıma dayanan çabalarından ziyade sivil toplum örgütlerinin çabalarıyla yerel sorunları bilenlerin katkılarıyla yerine getirilmesi hem ahlaken hem de sorunun çözümü noktasında daha doğru ve yerinde olur.

Uluslararası adalet teorisi, yardım etme ödevinin ötesinde global bir takım yapısal aksaklıkların dikkatle irdelenmesini gerektirir (Tan, 2004: 20-21). Yardım etme ödevi sadece var olan sorunun çözümü için çareler sunabilirken bu çözümler geçici etkiler yaratabilir. Bu sebeple uluslararası adalet teorisi herşeyden önce global yapının işleyişine ve özelliklerine odaklanmalıdır. Çünkü uluslararası adaletin ahlaki bir zemine oturması ve herkes açısından bağlayıcı sonuçlar doğurması zarar ilkesi ve insan hakları ile ilişkilendirilmesini gerektirir. Çalışmanın geri kalanında ilk olarak uluslararası adalet teorisinin zarar ilkesi üzerinde inşa etme çabalarını incelenip ardından zarar ilkesinin uluslararası adalet teorisinin tek başına yeterli ahlaki temeli olamayacağı, bunun yerine uluslararası adalet teorisinin negatif haklar ve özgürlükler temelinde haklılaştırılabileceği savunulmaktadır.

## ULUSLARARASI ADALET VE ZARAR İLKESİ

Uluslararası adalet teorisi üzerine çalışan pek çok düşünür uluslararası adalet teorisinin zarar ilkesi temelinde inşa edilmesinin geçerli bir ahlaki ilke olduğunu savunmaktadır. Bu düşünürlere göre eğer bireylerin ve kurumların eylemleri diğerleri üzerinde zarar verici sonuçlar yaratıyorsa bu durumda bunların tazmin edilmesi gerekir. Zarar ilkesini uluslararası adaletin temel ilkesi olarak konumlandıran yazarlara göre günümüzde uluslararası düzeyde var olan adaletsizlikler ve eşitsizlikler mevcut global düzenin ve global kurumların sonucudur (Beitz 1999, Pogge 2004; 2005; 2007, Tan 2004, Caney 2005). Global ekonomik, siyasal ve hukuki yapı az gelişmiş ülkelerin karşılaştığı sorunların temel sebepleridir. Dolayısıyla global adaletsizliklerin önlenmesinde yardım

etme ödevinin ötesinde global adaletsiz yapının temel sebebi olan yapısal aksaklıkların düzeltilmesi esas olmalıdır.

Bu anlayışın temsilcilerinden Pogge'ye göre (2002: 15-20) globalleşme var olan siyasal sınırları anlamsız hale dönüştürmüştür. Küreselleşen siyasal ve ekonomik ilişkiler dünyanın en uzak köşesinde bulunan devletleri bile etkileyebilmektedir. Bir devletin aldığı bir karar, diğer bir devletin ekonomisi üzerinde çok önemli sonuçlar doğurabilmektedir. Pek çok düşünür, Beitz'in işaret ettiği gibi (1999: 149) bir dünya devleti olmasa da global ekonominin kurumsal bir informal yapısının olduğunu ve bunun global sorunlar ürettiğini ve bunları sürdürdüğünü kabul etmektedir. Ülkelerin vergi politikaları, uluslararası anlaşmalar, borç düzenlemeleri, gümrük vergileri ve tarifeleri, göç ve sınır politikaları gibi araçlar küreselleşen dünyada her ülke üzerinde birtakım sonuçlar yaratmaktadır (Dietsch&Rixen, 2016: 81-82). Benzer şekilde ülkelerin vatandaşlık politikalarının bile gelişmekte olan ülkeler üzerinde zararlı etkilerine dikkat çekilmektedir (Shaclar&Hirschl, 2016: 215-216).

Zarar ilkesi, uluslararası bir adalet teorisinin inşa edilmesinde ilk bakışta ikna edici ve ahlaken geçerli bir zemin sunuyor gibidir. Fakat aslında zarar ilkesine dayalı bir adalet teorisi muğlak temeller üzerinde duran eksik bir teorileştirme çabasıdır. Bu eksiklik, ilk olarak zarar kavramının subjektif yoruma açık doğasından kaynaklanmaktadır. Zarar bazı durumlarda ahlaken kabul edilebilir bir şeydir ve ortaya çıkan zararın her zaman adaletsiz bir sonuç olduğu ileri sürülemez.

Bu hususu bir örnek üzerinden somutlaştırmak mümkündür. Aynı alanda rekabet eden iki farklı firma olan A ve B firmalarından A firmasının ürettiği malların kalitesi, fiyatı ve tüketici tercihi sebebiyle piyasada popüler hale gelmesi durumunda B firması satışlarında meydana gelecek bir azalma sebebiyle zarar edecektir. Fakat bu tür bir rekabet durumunda B firmasının uğradığı zararın ahlaken problemlili olduğunu ileri sürmek ve A firmasının bu durumda kaba hatli olduğunu ve B firmasına bir tazminat ödemesini talep etmek için gerekli ahlaki zeminden yoksunuzdur. Lomasky ve Loren'in (2015: 163-164) de çok yerinde bir şekilde belirttiği gibi rekabete dayalı zararda (competitive harm) ahlaken yanlış olan bir şey yoktur.

Aynı örneği biraz değiştirirsek farklı bir tabloyla karşılaşırız. Aynı alanda rekabet eden iki farklı firmadan B firmasının yabancı menşeli bir şirket olup yabancı bir ülkede ticaret yaptığını ve A firmasının ise faaliyet gösterilen ülkenin ulusal firması olduğunu farz edelim. Yabancı ülkenin firması olan B firmasının ürünlerini ülkeye sokarken ve satışa sunarken faaliyet gösterilen ülkenin kararıyla, ülke ulusal firmalarını korumak adına, yüksek vergiler ödemesi yönünde bir tabloyu düşünelim. Bu durumda B firmasının satışlarında ve pazar

payında bir azalma olacağını kabul edelim. Bu durumda B firmasının yaşadığı bu zarar ahlaken problemlidir. Çünkü B firması faaliyet gösterilen ülkenin korumacı politikaları sonucunda ahlaken geçerli bir nedene dayanmaksızın zarara uğratılmaktadır.

Yukarıda verilen örnekten anlaşıldığı gibi ekonomik alanda koruyucu politikalar hem bu politikaları uygulayan ülkelerdeki insanların daha fazla fiyat ödemesine sebep olarak hem de bu politikalar sebebiyle pazara giriş yapamayan ülkelerin ve insanların ticaret yapma hacmini azaltarak zarar verir. Ancak global adaletin sağlanmasında sadece zarar ilkesi temel itiraz gerekçesi olarak kabul edilirse korumacı politikaları uygulayan ülkeler kendi vatandaşlarının bu politikalar uygulanmaması halinde daha fazla zarar edebileceklerini iddia ederek bunları haklılaştırmak yoluna başvurabilir. Yani korumacı ekonomik politikaları savunan bir ülke, kendi ülkesindeki işsizlik, enflasyon ve diğer ekonomik zararlara ilişkin rakamları ortaya koyarak bu korumacı ekonomik politikaları meşrulaştırma yoluna gidebilir. Oysa zarar ilkesi yerine temel insan haklarından biri olan ticaret yapma özgürlüklerinin ihlal edilmesini ileri sürerek global adaleti inşa etme çabası daha sağlam bir zemin sunacaktır.

Katı sınır politikaları, uluslararası bir adalet teorisinin dayandığı zarar ilkesinin muğlaklığını örneklendiren diğer bir uygulamadır. Bir tarafta ulusal güvenliğini ve refahını maksimize etmeye çalışan bir ülke, göçmenlerin ve sığınmacıların siyasal, sosyal ve ekonomik alanlarda ortaya çıkaracakları zararın devasa boyutunu ileri sürerek katı bir sınır politikası savunabilir. Dolayısıyla zarar ilkesi tek başına uluslararası adaletin tesis edilmesinde yetersizdir. Bunun ötesinde zarar ilkesinin temel insan haklarının ihlal edilmesiyle ilişkilendirilmesi gerekmektedir.

İnsanların ülkeler arasındaki hareketliliğini zorlaştıran katı sınır politikalarının yanlış olmasının sebebi insanların bu politikalarından dolayı zarar görmesi değildir. Yukarıda ifade edildiği gibi katı sınır politikalarını uygulayan ülkeler bu politikaları kendi vatandaşlarının haklarını korumak ve zararlarını minimize etmek için uyguladıklarını iddia edebilir. Bu noktada burada kimin zararının daha fazla olduğunu ya da ahlaken kabul edilebilir bir zarar olduğunu belirlemek ayrı bir probleme dönüşecektir. Oysa bu tür bir katı sınır politikası en temel insan haklarından seyahat etme özgürlüğünü, daha iyi bir hayat arama hakkını (the pursuit of happiness), diğer insanlarla iletişim kurma özgürlüğünü, kendi emeğini satma ve diğerlerinin bu emeği satın alma hakkını ihlal eder (Kukathas, 2014: 379, Lomasky & Teson, 2015: 94-95).

Uluslararası bir adalet teorisini insan haklarının ihlalinin eşlik etmediği bir zarar ilkesine dayandırmak bir başka noktada daha sıkıntılıdır. Bu tür bir çaba global ilişkileri peşinen sadece tek tarafın kazandığı bir oyun olarak görür.

Oysa bugün globalleşme neticesinde ülkelerin karşılıklı ilişkileri bu fotoğrafa dâhil olan tüm ülkeler açısından kazançlı sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Bugün pek çok ülkede insanların durumlarında iyileşmeler olduğunu ileri sürmek mümkündür. Dolayısıyla bir ülkenin global ilişkiler neticesinde edindiği zararın, kazanımlarından fazla ya da az olduğunu belirlemek elde edilen kazanım ya da zararların ancak uzun bir zaman diliminde netleşeceği için kolay değildir. Bugün için globalleşen dünyada (Bourguignon, 2015: 2) yaşam standardı açısından eşitsizliğin azaldığı dikkate alınırsa aslında global ilişkilerde toptan bir zarar ya da kazanımdan bahsetmenin çok doğru bir tutum olmadığı anlaşılır.

Zarar ilkesine dayanan uluslararası bir adalet teorisinin bir diğer eksikliği, var olan adaletsizliğin hangi aktörden ve hangi sebepten kaynaklandığını tespit etmek noktasında yeterli araçları sunamamasıdır. Yerel düzeydeki hukuksal, ekonomik ve siyasal alandaki çarpıklıkların da adaletsizliklere sebep olduğunu haklı olarak ileri süren geniş bir literatür ortaya çıkmış durumdadır (Rawls 2001, Satz 2005, Acemoğlu&Robinson 2014, Lomasky&Teson 2015). Rawls'ın da (2001: 77) işaret ettiği gibi global adalet bir ülkenin kurumlarının altında yatan siyasal kültür ve uygulamalarla da ilgilidir. Dolayısıyla bir ülkede yaşayan insanların karşılaştıkları adaletsizliklerin ne kadarının global yapıdan ne kadarının yerel siyasal elitlerden kaynaklandığını tespit etmek zordur.

## ULUSLARARASI ADALETİN MÜMKÜN ZEMİNİ İNSAN HAKLARI

Siyasal Felsefesinde, insanın her türlü yapının karşısında öncel olduğu, insanların eşit olduğu ve insana yüklenen kutsallığın ve önceliğin yarattığı ödevlerin evrensel bir güce sahip olduğu vurgulanır. Adalet teorisinin inşa edilmesinde insan haklarına öncelik verilmesi doğrunun iyi karşısında önceliğini varsayan deontolojik bir perspektife dayanır. İnsanların yaşadıkları devlete ve ait oldukları coğrafyaya, ırka ve dine bakmaksızın evrensel haklara sahip olduğu düşüncesi hem domestik hem de uluslararası adaletin temel hareket noktasıdır. İnsan haklarının korunması önceliği, domestik ve uluslararası alanda ilkeleri, kuralları ve uygulamaları sınırlayacak zemindir. İnsan haklarının bir uluslararası adalet teorisinin temel zemini olarak kabul edilmesi egemenlik, yardım etme ödevi ve zarar ilkesi kavramlarını esas almış uluslararası adalet teorilerine göre teorik tutarlılık ve kesinlik noktasında avantajlar sağlar.

Adaleti tesis etmeye yönelmiş teorik çabaların ulusal ve uluslararası düzlemde benzer muhakemeye ve kavramlara dayanması akademik tutarlılığın gereğidir. Domestik ve global düzeyde adaletin birincil amacı insanların başta yaşam hakları olmak üzere diğer temel haklarını ve özgürlüklerini korumaktır. İnsanların temel haklarının ve özgürlüklerinin ihlal edildiği bir durumda adaletten bahsedilemez. Benzer şekilde domestik düzeyde ve global düzeyde



adaleti sağlarken kullanılacak siyaset felsefesinin temel kavramları arasında kesişmenin olduğu açıktır. Çünkü her ne kadar domestik düzeyden global düzleme geçilmiş olsa da hala benzer siyaset felsefesi kavramları kullanılmaktadır. Adaleti domestik düzeyde inşa etmeye çalışan teoriler egemenlik, eşitlik, ödev, hak ediş, hak ve özgürlükler vb kavramları kullanırken adaleti global düzeyde tesis etmeye çalışan teoriler de benzer kavramlara başvurur. Bu yüzden domestik ve global düzlemde adaleti tesis ederken benzer bir zeminden ve muhakemeden hareket etmek gerekir.

İnsan haklarının domestik alanda adaletin sağlanmasında kesin bir sınırlama olarak kabul edilmesi üzerine siyaset felsefesinde bir uzlaşma vardır. Uluslararası adalet ilkelerinin belirlenmesi düşünsel deneyinde insan haklarına da benzer sınırlama rolünün verilmesi akademik tutarlılığın gereğidir. İnsan haklarının korunması, domestik adaletin tesisi için temel gerekçe olarak kabul edilirken bu tür bir çaba aynı zamanda devletin meşruluğunun şartıdır. İnsan haklarını ağır ve sistematik şekilde ihlal eden devlet meşruluğunu yitirir ve adil bir düzenden bahsedilemez. İnsan hakları domestik alanda geçerli olacak adalet ilkelerinin belirlenmesinde önemli bir sınırlayıcı unsur olarak kabul edilirken uluslararası alanda insan haklarına bu tür bir önemin verilmemesi epistemik bir sakınmanın göstergesidir. Oysa insan haklarını temel hareket noktası olarak almayan bir uluslararası adalet teorisi bu tür bir epistemik sakınmadan izler taşır.

Ulusal ve uluslararası düzeyde adaletin tesis edilmesine teorik bir çabanın siyaset felsefesinin temel kavramları arasında bir öncelik ve sonralık ilişkisi kurması zorunludur. Bir uluslararası adalet teorisinin; egemenlik, eşitlik, ödev, hak, özgürlük, hak ediş kavramlarının içerecek şekilde tasarlanması gerekir. Ancak bu kavramları içerecek bir uluslararası adalet teorisinin bu kavramlar içerisinde bir öncelik ve sonralık ilişkisi öngörmesi gereklidir. Bu öncelik sonralık ilişkisi insan haklarının diğer tüm kavramlar içerisinde öncelikli olarak konumlandırılmasını elzem kılar. İnsan haklarının her türlü pazarlığın dışında tutulması uluslararası adalet teorisinin inşa edilmesinde birinci adım olmalıdır. Aksi takdirde yani insan haklarının ve özgürlüklerinin tanınmadığı, ihmal ve ihlal edildiği bir durumda diğer kavramların da anlam ve değer kaybı yaşacağı muhakkaktır. İnsan haklarının ihlal edildiği bir yerde meşru bir egemenlikten, eşitlikten, hak edişten ve ödevlerden bahsedilemez.

Bu noktada bir uluslararası adalet teorisinin dayandığı insan haklarının evrensel olarak tüm devletler ve toplumlar tarafından kabulünün bir sorun yaratacağı dile getirilebilir. Bir uluslararası adalet teorisinin esas alacağı insan hakları listesinin sınırlı olması ve negatif özgürlüklere dayalı bir listenin olması bu sorunun üstesinden gelmek noktasında işlevsel olacaktır. Yaşama hakkı,



seyahat, din ve vicdan, ticaret yapma, çalışma hürriyetlerinden oluşan sınırlı insan hakları listesi uluslararası alanda hareket eden ve etkileşimde bulunan çok farklı siyasal sistemlere ve kültürel özelliklere sahip devletler arasında işbirliğini garanti eden bir zemine dönüşebildiği gibi uluslararası adaleti sağlamak adına önemli bir temel sunar. Çünkü uluslararası alan farklı kültürlerin etkileşimde bulunduğu bir alandır. Daha ayrıntılı bir insan hakları listesi devletlerin işbirliğine dayanan bir global düzenin oluşmasına engel yaratabilir.

İnsan hakları, bir uluslararası adalet teorisinin sakınması gereken muğlaklığı azaltacak bir işleve de sahiptir. Uluslararası adalet teorisinin yardım etme ödevi üzerine inşa edilmesi muğlaklık sorunu yaratır. İlk olarak insanların sebep olmadıkları bir kötü sonucu tazmin etmelerini istemek ya da onları bir eylemde bulunmaya zorlamak içi doldurulmamış bir ahlaki ödev karşılık gelir. Çünkü adalet herkes üzerinde zorunlu bir ödev yaratır. Adaleti yardımseverlik, dayanışma vb kavramlardan ayıran husus zorunlu bir takım eylemlerde bulunmayı gerektirmesidir.

Global adaletin tesis edilmesinde insan haklarının esas alınması zarar ilkesine dayanan uluslararası adalet teorisine göre adaletsizliği kolayca tespit edebilecek bir zemin sunar. Zarar ilkesi global adaleti inşa etmek noktasında zarar kavramının sübjektif doğasından kaynaklanan dezavantajlara sahiptir. Bazı durumlarda zararın niteliğini ve failini belirlemek zordur. İlk bakışta zarar olarak görülebilen bir husus herhangi bir adaletsizlikten kaynaklanmamış olabilir. Bu yüzden zarar ilkesinin insan haklarıyla ilişkilendirilmesi durumunda bu muğlaklık sorunu aşılmış olur. Bir hakkın ve özgürlüğün ihlaliyle ilişkilendirilmesi durumunda zarar kolayca saptanabilir. İnsanların hak ve özgürlükleri devletlerin, var olan global kurumların ve politikaların adil olup olmadıklarını saptamak noktasında daha kesin bir zemin sunar. Bir devletin ya da global kurumun eylemleri bireylerin yukarıda sayılan hak ve özgürlüklerinin ihlaline dayalı olarak bir zarar ortaya çıkarıyorsa bu durumda bu eylemleri adil olmayan eylemler olarak tesbit etmek kolaylaşacaktır.

Zarar ilkesi, uluslararası adaletin zemini olarak kabul etmek adil olan ve olmayanın belirlenmesinde uzlaşılan sonuçları veremez. Bu durum çeşitli varsayımsal örneklerle daha somut bir şekilde anlaşılabilir. Siyasal baskılar, dini ve etnik ayrımcılıkların sebep olduğu iç savaş ve zulümlerden can korkusuyla bulunduğu devletin sınırları dışına kaçmaya çalışan mültecileri ele alalım. Bu durumda bile bir devlet kendi vatandaşlarının ekonomik, sosyal ve siyasal çıkarlarında mültecilerin sebep olacağı zararı ileri sürerek mültecileri kabul etme ödevinden sakınabilir. Bu durumda vatandaşların ve mültecilerin zararları arasında kıyaslama yaparak bir uzlaşıya varmak mümkün olamaz. Benzer bir durum bir ülkenin beyin göçünü teşvike yönelik politikalarının adil olma-

dığı ve özellikle beyin göçü veren ülkelere zarar verdiği ileri sürülebilir. Ancak bazı durumlarda beyin göçünün gerçekleşmesi durumunda az gelişmiş ülkeleri terk eden insanların ülkelerine doğrudan ve dolaylı olarak fayda sağladıkları aşikârdır. Bu yüzden bir durumun adil olup olmadığına karar verirken muğlak bir kavram olan zarardan ziyade insan haklarına yaslanmak daha net sonuçlara varmayı kolaylaştırır.

## SONUÇ

Aynı sınırlar içerisinde yaşayan insanlar, birbirleriyle ve toplumsal, siyasal, ekonomik kurumlarla olan ilişkilerinde sürekli olarak adil olmayan durumlarla karşılaştıkları gibi uluslararası alanda bir takım adaletsizliklere muhatap olmaktadır. 20.yy.'da ve 21.yy.'ın ilk çeyreğinde dünyanın çeşitli bölgelerinde yaşanan açlık ve yoksulluk, adil olmayan savaşlar ve iç savaşlar, uluslararası aktörlerin bu adil olmayan savaşları sona erdirmek için insani müdahalede kararlı olamaması, barış inşa etme sürecindeki sıkıntılar, yaşanan göçler, yasadışı göçmenlik, mültecilerin karşılaştıkları problemler, farklı etnik kimliklerin ve cinsiyetlerin maruz kaldığı ayrımcılık siyaset felsefesinin temel araştırma nesnelere olan adaleti domestik sınırlar dâhilinde tartışılan bir problem olmaktan çıkarmıştır.

Uluslararası adalet problemini konu edinen literatür dikkate alındığında uluslararası adalet teorilerini üç farklı teorik yaklaşım içerisinde sınıflandırmak mümkündür: Kozmopolitanizm, Realizm ve Milliyetçilik. Bu uluslararası adalet teorileri içerisinde kalem oynatan düşünürler egemenlik ve ulusal çıkar, yardım etme ödevi, zarar kavramlarına başvurarak uluslararası adaletin ahlaki temellerine ilişkin gerekçelendirilmelerini yapmaktadırlar. Bu çalışmada uluslararası adalet teorilerinin dayandıkları ahlaki temeller analitik bir şekilde gözden geçirilmiştir.

Uluslararası adalet teorisi inşa edilirken ulusal egemenlik ve çıkar başvuru önemli kavramlar arasındadır. Ulusal egemenlik ve ulusal çıkarı esas alan uluslararası adalet teorisine göre uluslararası düzen normatif herhangi bir iddiaya yer olmayan bir vasattır. Fakat bu tür bir uluslararası düzeni öngören uluslararası adalet teorisinin, uluslararası düzenin ahlaki olarak nötr bir zemine oturması gerektiği iddiası metodolojik bir çabukluktan öteye anlam taşımaz. Çünkü insan hakları, eşitlik, yardım etme ödevi gibi ahlaki değerlerin yerini ulusal çıkar ve güç gibi başka ahlaki değerler almış olur. Dolayısıyla iddia edildiği gibi değerlerin olmadığı bir uluslararası düzenden ziyade değerlerin adının değiştiği bir düzene ulaşılmaktadır. Ulusal çıkar ve egemenlik gibi değerleri insan hakları, eşitlik, ödev vb değerler karşısında öncelikli olarak kabul etmek için yeterli bir gerekçelendirme bulunmamaktadır. Ayrıca

uluslararası adaleti ulusal egemenlik ve çıkar üzerine inşa eden bu yaklaşım, ulusal düzeyde adaleti tesis ederken insan haklarını bağlayıcı bir sınır kabul ederken uluslararası düzenin işleyişinde insan haklarının sınırlayıcı bir faktör olarak kabul edilmemesini de açıklayamaz.

Uluslararası adaletin ahlaki temeli olarak sunulan yardım etme ödevinin de bazı noktalarda yeterli zemini sağlayamadığı açıktır. İlk olarak uluslararası adalet tesis edilirken gönüllülüğü aşan ve zorunluluğu içeren bir yardım etme ödevi söz konusu olduğu hatırd tutulmalıdır. İkinci olarak bu tür bir teori var olan tüm adaletsizliklerin sebeplerini ve aktörlerini de yeterince sorgulamaz. Uluslararası adalet teorisini yardım etme ödevi üzerine inşa etmek çabası bireylerin ve kurumların var olan bir adaletsizlikte payı olup olmadığını da gözden geçirir. Eğer mevcut sorun bireyin ya da bir kurumun eylemiyle ilişkiliyse ortaya çıkan sorunu gidermek adaletin gereğidir. Ancak uluslararası sorunun sebebi herhangi birinin eyleminden ve negatif özgürlüklerin ihlal edilmesinden kaynaklanmıyorsa bu durumda bunun karşılığı olarak yapılması gerekli olan şey adalet ile ilgili olmayıp cömertlik, hayırseverlik ve merhamet vb başka kavramlara karşılık gelir.

Uluslararası adalet teorisini inşa ederken zarar ilkesine başvurulması da bir takım sorunlar yaratmaktadır. Bu sorunlardan ilki, zarar kavramının subjektif yoruma açık olmasından kaynaklanmaktadır. Zarar bazı durumlarda ahlaken kabul edilebilir bir şeydir ve ortaya çıkan zarar her zaman adaletsiz bir sonuç olmayabilir. İkinci olarak zarar ilkesine dayanan uluslararası bir adalet teorisinin bir diğer eksikliği var olan adaletsizliğin hangi aktörden ve hangi sebepten kaynaklandığını tespit etmek noktasında yeterli araçları sunamamasıdır. Yerel düzeydeki hukuksal, ekonomik ve siyasal alandaki çarpıklıkların da adaletsizliklere sebep olabilmektedir.

Bu durumda ulusal egemenliğin, yardım etme ödevinin ve zarar ilkesinin uluslararası adalet teorisi inşa ederken sunamadığı teorik gerekçeyi ve zemini insan hakları ve özgürlükleri sunmaktadır. Temel olarak nitelendirilebilecek yaşama hakkı, mülkiyet hakkı, seyahat hürriyeti, ticaret hürriyeti gibi hak ve hürriyetler evrenseldir ve muğlak olmaktan uzaktır. Bireylerden ve kurumlardan kaynaklanan, var olan veya gerçekleşecek, bir uluslararası adaletsizliği tesbit etmek noktasında insan hakları ve özgürlükleri somut çerçeveyi sağlar.

## KAYNAKÇA

- Acemoğlu, D.,& Robinson, J. (2014). *Ulusların Düşüşü*. (F. R. Velioğlu, Çev.), İstanbul:Doğan Kitap.
- Aristoteles (2012). *Nikomakhos'a Etik*, (S. Babür , Çev.). Ankara: Bilgesu.
- Beitz, C. (1973). *Political Theory and International Relation*. Princeton: Princeton University Press.
- Beitz, C. (1983). Cosmopolitan Ideals and National Sentiment. *Journal of Philosophy*, 80(10), 591–600.
- Beitz, C. (1999). *Political Theory and International Relations*. Princeton: Princeton University Press.
- Bourguignon, F. (2015). *The Globalization of Inequality*. (T. Scott-Railton, Çev.), Princeton:Princeton University Press.
- Bull, H. (1977). *The Anarchical Society: A Study of Order in World Politics*. Oxford: Clarendon Press.
- Caney, S. (2005). *Justice Beyond Borders: A Global Political Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Dietsch, P.,& Rixen, T. (2016). Tax Competition and Global Background Justice. *Political Theory Without Borders*, Goodin. R. & Fishkin J. S. (Eds.). Wiley:Blackwell, 77-107.
- Geuss, R. (2008). *Philosophy and Real Politics*. Princeton: Princeton University Press.
- Habermas, J. (2001). *İletişimsel Eylem Kuramı*. (M. Tüzel, Çev.), İstanbul: Kılbalcı.
- Habermas, J. (2005). 'Öteki' Olmak, 'Öteki'yle Yaşamak, (İ. Aka, Çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Habermas, J. (2009a). Aklın Kamusal ve Aleni Kullanımı Yoluyla Uzlaşımı: John Rawls'ın Siyasal Liberalizmi Üzerine Düşünceler, *Neden Demokrasi? Nasıl İstikrar?*, M. Özbek (Der.), İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Habermas, J. (2009b). *Doğalcılık ve Din Arasında Felsefi Denemeler*. (A. Nalbant, Çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Hassoun, N. (2012). *Globalization and Global Justice: Shrinking Distance, Expanding Obligations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hobbes, T. (2008). *Leviathan*, S. Lim(Çev.), 7. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Hume, D. (2009). *İnsan Doğası Üzerine Bir İnceleme*. (E. Baylan, Çev.). Ankara: Bilgesu Yayınları.
- Kant, I. (1984). *Ahlak Metafiziğini Temellendirme. Seçilmiş Yazılar*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kocaoğlu, M. (2018). *Robert Nozick: Adalet Teorisi ve Temel Kavramları*. 2.Baskı, Ankara: İmaj Yayınları.
- Kukathas, C. (2014). The Case for Open Immigration., *Contemporary Debates in Applied Ethics*, Cohen A. and Wellman C. H. (Eds.), 2nd Edition, Chichester, England: Wiley-Blackwell, 376-387.
- Kuper, A. (2002). More Than Charity: Cosmopolitan Alternatives to Singer's Solution. *Ethics and International Affairs*, 16(1), 107-120.
- Locke, J. (2012). *Yönetim Üzerine İkinci İnceleme*. (F. Bakırcı, Çev.). 2. Baskı, Ankara: Ebabil Yayınları.
- Lomasky, L. & Teson, F. (2015). *Justice at Distance: Extending Freedom Globally*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Lu, C. (2006). *Just and Unjust Interventions in World Politics*. New York: Palgrave Macmillan.
- Machiavelli, N. (2009a). *Prens*. (A. Tolga, Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
- Machiavelli, N. (2009b). *Söylevler*. (A. Tolga, Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
- Mill, J. S. (2009). *Utility*. Auckland, New Zeland: The Floating Press.
- Miller, D. (1995). *On Nationality*. Oxford: Clarendon Press.
- Miller, D. (2016). *Strangers in Our Midst: The Political Philosophy of Immigration*. Cambridge: Harvard University Press.
- Morgenthau, H. J. (1946). *Scientific Man Versus Power Politics*. Chicago: Chicago University Press.
- Morgenthau, H. J. (1954). *Politics among Nations: The Struggle for Power and Peace*. New York: Alfred A. Knopf.
- Morgenthau, H. J. (1979). *Human Rights and Foreign Policy*. New York: Council on Religion and International Affairs.
- Morgenthau, H. J. (1982). *In Defense of the National Interest: A Critical Examination of American Foreign Policy*. Washington, DC: University Press of America.
- O'Neill, O. (1986). *Faces of Hunger: An Essay on Poverty, Development and Justice*. London: Allen and Unwin.
- O'Neill, O. (2000). *Bounds of Justice*. Cambridge: Cambridge University Press.

- O'Neill, O. (2016). *Justice Across Boundaries*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pavel, C. E. (2014). *Divided Sovereignty: International Institutions and the Limits of State Authority*. Oxford: Oxford University Press.
- Platon (2008). *Devlet*. (S. Eyüpoğlu & M.A. Cimcoz, Çev.). 16. Baskı, İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Pogge, T. (1994a). Cosmopolitanism and Sovereignty. *Political Restructuring in Europe: Ethical Perspectives*. C. Brown (Ed.), London: Routledge, 89-122.
- Pogge, T. (1994b). An Egalitarian Law of Peoples. *Philosophy and Public Affairs*. 23/3, 195-224.
- Pogge, T. (2002). *World Poverty and Human Rights: Cosmopolitan Responsibilities and Reforms*. London: Polity Press.
- Pogge, T. (2004). "Assisting" the Global Poor, in D. K. Chatterjee (ed.), *The Ethics of Assistance: Morality and the Distant Needy*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 260-88.
- Pogge, T. (2005). Severe Poverty as a Violation of Negative Duties. *Ethics and International Affairs*, 19 (1), 55-83.
- Pogge, T. (2007). *Freedom from Poverty as a Human Right: Who Owes What to the Very Poor?* New York: Oxford University Press.
- Rawls, J. (1971). *A Theory of Justice*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Rawls, J. (2001). *Justice as Fairness: A Restatement*. E. Kelly (Ed.), Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Rawls, J. (2006). *Halkların Yasası ve Kamusal Akıl Düşüncesinin Yeninden Ele Alınması*. (G. Evrin, Çev.). 2.Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Rawls, J. (2007). *Siyasal Liberalizm*. (M.F. Bilgin, Çev.), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Rousseau, J. J. (2009). *Toplum Sözleşmesi*. V. Günyol(Çev.). 5. Baskı, İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Satz, D. (2005). What Do We Owe the Global Poor?. *Ethics&International Affairs*, 19(1), 47-54.
- Schmidtz, D. (2000). Island in a Sea of Obligation: Limits of the Duty to Rescue. *Law and Philosophy*, 19(6), 683-705.
- Shaclar, A.,& Hirschl, R. ( 2016). On Citizenship, States, and Markets. *Political Theory Without Borders*, Goodin. R., & Fishkin J. S. (Eds.), Malden, MA, Wiley:Blackwell, 206-235.

- Shue, H. (1999). *Basic Rights: Subsistence, Affluence, and US Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Singer, P. (1972). Famine, Affluence, and Morality, *Philosophy and Public Affairs*, 1(3), 229-243.
- Singer, P. (2002). *One World: The Ethics of Globalization*. New Haven: Yale University Press.
- Singer, P. (2009). *The Life You Can Save*. New York: Random House.
- Singer, P. (2012). Famine, Affluence, and Morality. In Maffettone S., Rathore A.S., *Global Justice: Critical Perspectives*. London, New York: Routledge, 15-32.
- Tamir, Y. (1993). *Liberal Nationalism*. Princeton: Princeton University Press.
- Tan, K. C. (2004). *Justice Without Borders: Cosmopolitanism, Nationalism, and Patriotism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Waltz, K. (1979). *Theory of International Politics*, Boston, MA: McGraw-Hill.
- Walzer, M. (2011). On Humanitarianism: Is Helping Others Charity, or Duty, or Both?. *Foreign Affairs*, 90(4), 69-80.
- Young, I. M. (1990). *Justice and The Politics of Differences*. Princeton: Princeton University Press.



# PSİKOLOJİK SÖZLEŞME İHLALI VE DUYGUSAL EMEK İLİŞKİSİ: SAĞLIK SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA<sup>1</sup>

## The Relationship of Psychological Contract Breach and Emotional Labor: A Research on the Health Sector

Gönderim Tarihi: 31.07.2018

Kabul Tarihi: 22.11.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492903

Edip ÖRÜCÜ\*

Erdoğan KORKMAZ\*\*

**ÖZ:** Bu araştırmanın amacı, psikolojik sözleşme ihlali ile duygusal emek davranışı arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Bu kapsamda araştırma, Balıkesir'in Bandırma, Erdek ve Marmara ilçelerindeki Acil Sağlık Hizmetleri İstasyonlarında çalışan 118 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışanların psikolojik sözleşme ihlali algıları ve duygusal emek davranışları anket yöntemi ile ölçülmüştür. Veriler, frekans analizi, güvenilirlik analizi, normallik testi, korelasyon ve regresyon yöntemleri ile analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucuna göre, psikolojik sözleşme ihlali algısı duygusal emek ve duygusal emeğin yüzeysel davranış, derin davranış ve gerçek duygular alt boyutlarını anlamlı düzeyde etkilememektedir. Çalışmanın sonunda, sonuçlar yorumlanıp, tartışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Psikolojik Sözleşme İhlali, Duygusal Emek, Sağlık Sektörü.

**ABSTRACT:** The purpose of this study is to determine the relationship between psychological contract breach and emotional labor behavior. In this context, the research was carried out on 118 people working in the Emergency Health Services Situations in Bandırma, Erdek and Marmara districts of Balıkesir. The psychological contract breach perceptions and emotional labor behaviors of employees is measured through the questionnaire method. The datas were analyzed by frequency analysis, reliability analysis, normality test, correlation and regression analysis methods. The results indicate that psychological contract breach perception does not significantly affect emotional labor and surface acting, deep acting and genuine emotions sub-dimensions of emotional labor. At the end of the research, the results were interpreted and discussed.

**Keywords:** Psychological Contract Breach, Emotional Labor, Health Sector.

<sup>1</sup> Bu çalışma 17-19 Eylül 2018 tarihlerinde Bandırma'da düzenlenen '1. Uluslararası Bandırma ve Çevresi Sempozyumu'nda bildiri olarak sunulmuştur.

\* Prof. Dr., Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi/İİBF/İşletme Bölümü, eorucu@bandirma.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-3301-7496.

\*\* Doktora Öğrencisi, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi/İşletme ABD, erdogankorkmaz@ogr.bandirma.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0001-5292-9266.

## GİRİŞ

Günümüzde hizmet örgütlerinin yapılarındaki önemli değişimler, işveren ve işgörenlerin karşılıklı iş ilişkilerine yönelik algılarını ve sonuçta duygusal tepkilerini etkilemektedir (Zhao vd., 2007: 648). Bu neden - sonuç ilişkisini açıklamak için yararlanılan en önemli kaynaklar Weiss ve Cropanzano'nun (1996a) duygusal olaylar teorisi ve Lawler'in (2001) duygularla ilgili sosyal değişim teorisidir. Bu teoriler, bir işgörenin sergilediği duygusal emeğin duygusal değişimin bir sonucu olduğunu savunarak, bu değişim ilişkisinin psikolojik sözleşme ile ilgili olduğunu ortaya koymuşlardır (Xuan ve Park, 2012: 7185).

Psikolojik sözleşme ihlalinin algılanması güçlü duygusal deneyimlere dayanmaktadır (Zhao vd., 2007: 650). Olumsuz duygusal deneyimlerin yoğunluğuna göre, işgörenlerin işle ilgili duygu ve düşünceleri olumsuz etkilenmekte ve motivasyonları azalmaktadır (Bal ve Smit, 2011: 8). Diğer yandan psikolojik sözleşme ihlali algısı, belirli işlerde duygusal tepkiye neden olarak, işgörenlerin işle ilgili çabalarını azaltmakta ve işgörenlerde öfke ve hayal kırıklığına neden olmaktadır (Morrison ve Robinson, 1997: 230). Psikolojik sözleşme ihlali algısı, işyerinde daha az kontrol, öngörülebilirlik ve iş kaynaklarının yoksunluğu ile ilişkili olması nedeniyle de, işgörenlerin duygularını olumsuz etkilemektedir. Genel olarak, psikolojik sözleşme ihlali algısı olumlu duygularla daha az; olumsuz duygularla daha çok ilişkilidir (Zhao vd., 2007: 650; Chamber ve Oliveira-Cruz, 2010: 113-114). Bir işgören psikolojik sözleşmesinin ihlal edildiğini algıladığında, duygularını örgütün veya işverenin istediği şekilde sergilemekten sakınmaktadır (Xuan ve Park, 2012: 7188).

Hizmet sektöründeki önemli gelişmeler nedeniyle, örgütler, sundukları hizmetin kalitesini artırmaya yönelmişlerdir. Hizmetin algılanan kalitesi ise, doğrudan, çalışanlar ve hizmetin sunulduğu bireylerin etkileşimine bağlı olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle yöneticiler tarafından çalışanların duygusal emek davranışlarının düzenlenmesi önemli bir konu haline gelmiştir (Morris ve Feldman, 1996: 986). Duygusal emeğin yoğun bir şekilde sergilendiği hizmet alanlarından biri de sağlık sektörüdür. Sağlık çalışanlarının gösterdikleri emek- yoğun performansa karşılık, işveren veya yöneticiler tarafından beklentilerinin karşılanmaması çalışanların duygusal emek davranışı üzerinde etkili olmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, kamu sağlık hizmetlerindeki işgörenlerin psikolojik sözleşme ihlali algılarının duygusal emek davranışı üzerinde bir etkisinin olup olmadığını tespit etmektir. Yapılan yazın taramasında psikolojik sözleşme ihlali ve duygusal emek kavramları benzer kavramlarla ilişkilendirilmiş olsa da, bu iki kavramın birbiriyle doğrudan ilişkisini araştıran bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle, çalışmanın yazındaki bir boşluğu dolduracağı değerlendirilmektedir.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### Psikolojik Sözleşme İhlali Kavramı

Psikolojik sözleşme kavramı ilk olarak, 1960' lı yılların başında Levinson, Price, Munden, Mandl, Soley (1962) ve Schein (1965) tarafından araştırılmıştır. Bu araştırmacılar psikolojik sözleşmeyi, çalışan ve örgüt arasında değişim ilişkileriyle oluşan karşılıklı yükümlülüklerden beklenti duyması olarak tanımlamışlardır (Morrison ve Robinson, 1997: 227-228). Psikolojik sözleşme kavramını ilk kez kullanan Argyris (1960) kavramı, "iki taraf arasında, birbirlerinin normlarına saygılı olmaya yönelik, örtük ve yazılı olmayan anlaşma" olarak tanımlamıştır (Smitson ve Lewis, 2004: 70). Rousseau' ya (1989) kadar olan örgütsel araştırmalarda psikolojik sözleşme genel olarak, işveren ve çalışan arasında işleyen yazılı olmayan beklentiler olarak tanımlanmaktadır (Rousseau, 1989: 126). Rousseau (1989) ise psikolojik sözleşmeyi ilk kez kavramlaştırmış ve psikolojik sözleşmeyi örgüt ile çalışan arasındaki değişim anlaşmasıyla ilgili örgüt tarafından şekillenen beklentiler olarak yeniden tanımlamıştır (Rousseau, 1989: 124-126). Bu tanımda vurgulanan önemli nokta, beklentilerin çalışan ile işvereni arasındaki karşılıklı değişime bağlı olmasıdır (Tziner, Felea ve Vasiliu, 2017: 64).

Yapılan tanımlar ışığında psikolojik sözleşmenin özellikleri şu şekilde özetlenebilir (Rousseau, 1989:128):

- a) İşveren ve işgören arasındaki karşılıklı yükümlülükler dair bireysel inanç söz konusudur.
- b) Bir tarafın verdiği taahhüte karşılık, diğer taraf çaba gösterir.
- c) Yükümlülük ve bedeller, bireysel ya da öznel olarak değerlendirilir.
- d) Her iki taraf da iyi niyet, adil anlaşma ve güven konusunda beklenti içine girerler.

Alan yazında psikolojik sözleşme ağırlıklı olarak *işlemsel sözleşmeler* ve *ilişkisel sözleşmeler* olmak üzere iki türde ele alınmıştır (Rousseau, 1990: 390). İşlemsel sözleşmeler, kısa dönemli ve açık olup, ekonomik yükümlülükleri ve tarafların koşullu sınırlı katılımını kapsamaktadır. İlişkisel sözleşmeler ise geniş kapsamlı, uzun dönemli ve açık uçlu olup, ekonomik yükümlülüklerin yanı sıra destek ve sadakat gibi sosyo-duygusal yükümlülükleri de kapsamaktadır (Rousseau, 1990: 390; Morrison ve Robinson, 1997: 229).

Çalışan örgüt ilişkisiyle oluşan psikolojik sözleşme, iki taraf arasındaki karşılıklı yükümlülüklerdir (Rousseau, 1989: 121). Ancak işgörenler, örgütlerinin sık sık sözleşmenin gereğini ihlal ettiğini algılamaktadırlar. Robinson ve Rousseau (1994) yaptıkları çalışmada, yöneticilerin % 55' inin örgütte çalışmaya

başladıkları ilk iki yılda örgütlerinin bir veya daha fazla yükümlülüğü yerine getirmede başarısız olduklarını tespit etmişlerdir. Bu algı, işgörenlerin örgüte karşı güven, iş tatmini, borçluluk duygusu, performans ve işte kalma niyetlerinin azalmasına neden olmaktadır (Robinson ve Rousseau, 1994: 245-259).

Psikolojik sözleşme ihlali, çoğu yazar tarafından tartışılrsa da; kavramın tanımı üzerinde farklı görüşler mevcuttur. Ancak, görgül çalışmalarda psikolojik sözleşme ihlali, işverenin psikolojik sözleşmedeki bir veya daha fazla yükümlülüğü yerine getirmemesi olarak tanımlanmaktadır (Robinson ve Rousseau, 1994: 247; Morrison ve Robinson, 1997: 230).Yükümlülüğün yerine getirilmemesi taraflardan birinin taahhüt edilen şeyin gerçekleşmediğini algılaması ile ilgilidir. İşgören bu durumda kendisine haksızlık yapıldığını düşünür ve derin bir üzüntü hisseder (Morrison ve Robinson, 1997:230). Örneğin işe yeni giren bir işgörene işyerinde kısa bir sürede terfi edebileceği söylendiğinde, çalışan bunu bir vaat olarak algılar. Ancak bu vaat gerçekleşmediğinde psikolojik sözleşme ihlali algısı ortaya çıkmaktadır (Robinson ve Morrison, 2000: 526).

Morrison ve Robinson (1997) psikolojik sözleşme ihlali algısı oluşum süreciyle ilgili bir model geliştirmişlerdir. Bu modele göre psikolojik sözleşme ihlalinin iki ana nedeni vardır. *Sözünden dönmek ve uyuşmazlık*. Sözünden dönme, bir örgütteki taraf ya tarafların sözleşmeye uyulmadığını algılamasıyla ilgili durumdur. Uyuşmazlık ise, örgüt ve çalışanın sözleşmenin yükümlülüklerini farklı algılamalarıyla ilgilidir. Psikolojik sözleşme ihlaline etki eden üçüncü faktör *dikkattir*. Dikkat, tarafların sözleşmenin yükümlülüklerini karşı tarafın uyup uymadığını gözlemlemesiyle ilgilidir (Morrison ve Robinson, 2000: 526).

### Duygusal Emek Kavramı

Duygusal emeğin karmaşık doğasını anlamada yararlanılan ve diğer çalışmalara temel oluşturan dört yaklaşım bulunmaktadır. Bunlar Hochschild'in (1983) yaklaşımı, Ashforth ve Humphrey'in (1993) yaklaşımı, Morris ve Feldman'ın (1996) yaklaşımı ve Grandey'in (2000) yaklaşımıdır (Ashforth ve Humphrey, 1993: 88-115; Morris ve Feldman, 1996: 986-1010; Grandey, 2000: 96).

Hochschild (1983) *'The Managed Heart: The Commercialization of Feeling'* adlı kitabında duygusal emeği 'açıkça gözlemlenebilen yüz ve vücut hareketi sergilemek için duyguların yönetilmesi' olarak tanımlamıştır (Grandey, 2000: 96). Hochschild'e (1983) göre işverenin çalışanların duygularını kontrol etmesi ve çalışanların müşterilerle doğrudan etkileşim içinde olması gerektiği ifade edilmektedir (Lazanyi, 2011: 126). Diğer bir deyişle iş yerinde duygusal emek, yüz yüze iletişim ve konuşma, müşteriler üzerinde duygusal bir durum oluşturma ve çalışanların duygusal aktivitelerinin işverenler tarafından kontrol edilmesini gerektirmektedir (Choi vd., 2014: 78). Hochschild (1983) müşterilerle ilişki-

leri bir oyun sahnesi olarak değerlendirerek; müşterilerin izleyici olduğu yerde çalışanları aktör olarak nitelendirmiştir. Bu duygu yönetimi çalışanların iş performansını artırmak ve örgütsel hedefleri gerçekleştirmeye yönelik olarak uygulanmaktadır (Grandey, 2000: 96).

Ashforth ve Humphrey'e (1993) göre duygusal emek, örgüt yönetiminin etkinliğini artırmak amacıyla gösterim kurallarına uygun olarak uygun duygunun yansıtılmasıdır. Yazarlar davranışın hizmet alıcısı doğrudan etkilemesi nedeniyle -davranışın altında yatan duygu yerine- bizzat davranışa odaklanmışlardır (Ashforth ve Humphrey, 1993: 90). Diğer yandan, çalışanın samimi olması koşuluyla, duygusal emeğin, görevin etkili bir şekilde yerine getirilmesi ya da iş performansı ile pozitif bir ilişkisinin olduğunu savunmuşlardır. Ayrıca yazarların yaklaşımına göre gösterim kurallarıyla uyumlu olan duyguların yönetilmeye ihtiyacı bulunmamaktadır (Grandey, 2000: 96; Ye ve Chen, 2015: 2233). Ashforth ve Humphrey'in (1993) yaklaşımı, Hochschild'in (1983) yaklaşımından iki açıdan farklılık gösterir. Birincisi çaba gerektirmeyen gerçek gözlemlenebilir davranışlara odaklanır. İkincisi, duygusal emeğin bireysel sonuçlarından çok iş performansı üzerine etkisini inceler (Grandey, 2000: 96).

Morris ve Feldman (1996) duygusal emeği kişiler arasındaki etkileşim boyunca örgütün istediği duyguyu yansıtmak için ihtiyaç duyulan planlama, kontrol ve çaba olarak tanımlamışlardır. Morris ve Feldman'ın (1996) tanımı çalışanların müşterilerle etkileşimi sırasında örgütün onlardan beklentilerini ve gerçek duygularıyla göstermeleri gereken duygular arasındaki iç gerginlik durumunu özetlemektedir. Ayrıca duygular, bireyler ve sosyal çevre tarafından değiştirilir ve kontrol edilir (Morris ve Feldman, 1996: 987- 994). Morris ve Feldman (1996) duygusal emeği; duyguların sıklığı, duyguların gösterimi (duyguların yoğunluğu ve etkileşimin süresi), duyguların çeşitliliği ve duyguların çatışması olarak dört boyutta incelemişlerdir (Morris ve Feldman, 1996: 987- 994; Choi vd., 2014: 79). Yazarlara göre duygusal emeği en iyi açıklayan boyut duyguların gösterimidir (Grandey, 2000: 96).

Grandey (2000), duygusal emekle ilgili önceki yaklaşımların duygusal emeği açıklamakta yetersiz kaldığını savunmuştur. Bu nedenle, önceki yaklaşımlarla kendi görüşünü bütünleştiren duygu düzenlemesi teorisini geliştirmiştir. Duygu düzenleme teorisine göre birey bulunduğu durumdan bir uyarım alır ve duygularla tepki verir. Bireyin duygusal tepki eğilimi diğer bireylere ve sosyal çevreye bilgi sağlar. Grandey (2000) duygusal emeği örgütsel amaçları gerçekleştirmek için hem duyguların hem de davranışların düzenlenmesi olarak ifade etmiştir. Bu kapsamda yüzeysel davranış gözle görülebilen davranışları düzenlemeyi ifade ederken, derin davranış duyguların düzenlenmesini ifade eder (Grandey, 2000: 97-98).

Hochschild (1983), duyguların yönetiminde iki temel yöntemin olduğunu savunmuştur. Bunlar *yüzeysel davranış* ve *derin davranış*tır (Ashforth ve Humphrey, 1993: 92; Grandey, 2000: 96). Yüzeysel davranışta çalışan sadece kendisinden istenilen duyguyu yansıtmakta ve gerçekten hissettiği duyguyu yansıtmamaktadır. Derin davranışta çalışan gerçekten hissettiği duyguları kendisinden istenen duygulara uyarlamaya çalışmaktadır. Bu iki davranış türü de çaba gerektirmekte olup tükenmişlik ve iş stresi gibi olumsuz etkilere neden olmaktadır (Allen vd., 2014: 21; Choi vd., 2014: 78; Xu vd., 2017: 290-292). Ashforth ve Humphrey'e (1993) göre ise çalışan kendisinden istenen duyguyu içten hissediyor da (*gerçek duygular*) olabilir. Bu durumda çalışanın rol yapmak ve duygularını değiştirmek için çaba harcamasına gerek yoktur. (Ashforth ve Humphrey, 1993: 94; Köse vd., 2011: 169-170; Ye ve Chen, 2015: 2234).

### **Psikolojik Sözleşme İhlali ve Duygusal Emek İlişkisi**

Türkiye ve yurtdışı yazını incelendiğinde, iki kavram arasındaki ilişkiyi dolaylı olarak ele alan sınırlı sayıda bazı çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalara aşağıda değinilmiştir.

Fındıklı ve Yozgat (2015), hizmet ve perakende işletmelerinde çalışan 204 işgören üzerinde psikolojik sözleşme ihlalinin, duygusal emek ve örgüt içi rol performansı arasındaki ilişki üzerinde düzenleyici etkisini araştırdıkları çalışmada, psikolojik sözleşme ihlalinin, duygusal emek ve örgüt içi rol performansı arasındaki ilişki üzerinde negatif yönde düzenleyici etkisini tespit etmişlerdir. Aynı çalışmada yazarlar, psikolojik sözleşme ihlali ve duygusal emek arasında doğrudan olumlu ilişki tespit etmişlerdir.

Xuan ve Park (2012), Çin'deki 40 üniversitede profesör ünvanındaki 504 kişiyle psikolojik sözleşmenin ÖVD' ye etkisinde duygusal emek stratejilerinin aracı etkisini araştırdığı çalışmada, ilişkisel psikolojik sözleşme ile derin davranış ve gerçek duygular arasında olumlu, yüzeysel davranış arasında olumsuz ilişki tespit etmişlerdir. Aynı çalışmada yazarlar, işlemsel psikolojik sözleşme ile yüzeysel davranış arasında olumlu; derin davranış ve gerçek duygular arasında olumsuz ilişki tespit etmişlerdir.

Bal ve Smit (2011), Hollanda'daki büyük ölçekli işletmelerde çalışan 163 işgören üzerinde psikolojik sözleşme ihlali ve duygu düzenlemeleri ilişkisinde yaşla ilgili farklılıkları tespit etmek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada, psikolojik sözleşme ihlali ve olumsuz duygular arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki tespit etmişlerdir.

Zhao vd. (2007), psikolojik sözleşme ihlalinin sonuçlarıyla ilgili inceledikleri 54 meta-analiz çalışmasında, psikolojik sözleşme ihlali ile duygular arasında



olumlu bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Zhao vd., 2007: 664-665).

Yukarıda değinilen araştırmalardan hareketle, bu araştırma ile ilgili aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

**H1a.** Psikolojik sözleşme ihlali duygusal emeği anlamlı düzeyde etkilemektedir.

**H1b.** Psikolojik sözleşme ihlali yüzeysel davranışı anlamlı düzeyde etkilemektedir.

**H1c.** Psikolojik sözleşme ihlali derin davranışı anlamlı düzeyde etkilemektedir.

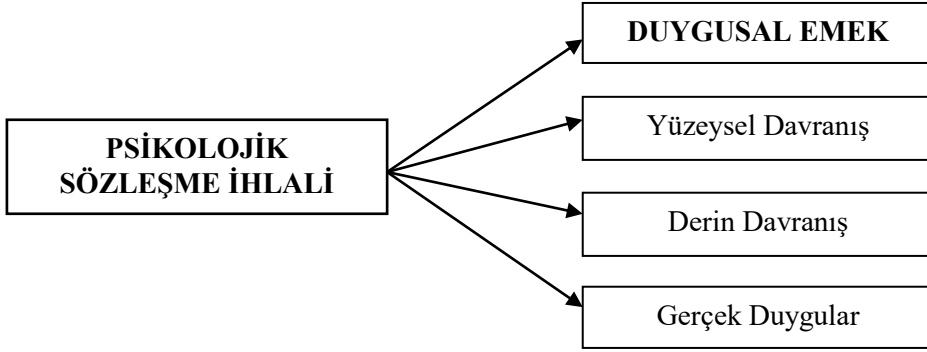
**H1d.** Psikolojik sözleşme ihlali gerçek duyguları anlamlı düzeyde etkilemektedir.

## YÖNTEM

### Araştırmanın Modeli

Şekil 1’de psikolojik sözleşme ihlali ile duygusal emek ve alt boyutları arasında doğrudan ilişki gösterilmiştir.

Şekil 1: Araştırmanın Modeli



### Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Balıkesir’in kuzey yönündeki Bandırma, Erdek ve Marmara ilçelerindeki Acil Sağlık Hizmetleri İstasyonları’nda çalışan toplam 140 kişiden oluşmaktadır. Örneklemi ise, üç ilçedeki Acil Sağlık Hizmetleri İstasyonları’nda çalışan 120 kişi oluşturmaktadır. Bu kapsamda, katılımcılara araştırmacı tarafından şubat ve mart 2018 tarihleri içerisinde, kolayda örnekleme yöntemiyle, 120 anket uygulanmıştır. Geri dönen anketlerin 2’sinde eksik bölümlerin olduğu tespit edilmiş ve analizlere dahil edilmemiştir. Bu durumda analize dahil edilen anket sayısı 118 adettir. Dolayısıyla, araştırmanın örnekleminin evreni yeterli sayıda temsil ettiği tespit edilmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 130).



## Veri Toplama Araçları ve Teknikleri

**Psikolojik sözleşme ihlali ölçeği:** Çalışanların psikolojik sözleşme ihlali algılarını ölçmek amacıyla, Robinson ve Morrison (2000) tarafından geliştirilen ve Salha vd.'nin (2016) Türkçe'ye uyarlayarak kullandığı 9 maddeli ve tek boyutlu ölçekten yararlanılmıştır. Ölçekteki ifadeler; "anlaşmamız gereği ben üstüme düşen her şeyi yaptığım halde işverenim pek çok sözünü tutmadı.", "katkılarımın karşılığında bana söz verilen her şey yerine getirilmedi.", "işyerimle aramdaki sözleşmenin ihlal edildiğini hissediyorum.", şeklindedir. Katılımcılar ölçek maddelerini beşli Likert ölçeği yardımıyla yanıtlamışlardır (1-kesinlikle katılmıyorum, 5- kesinlikle katılıyorum)

**Duygusal emek ölçeği:** Çalışanların duygusal emek davranışlarını ölçmek amacıyla, Basım ve Beğenirbaş'ın (2012) Diefendorff vd., (2005), Grandey (2003), Kruml ve Geddes'in (2000) geliştirdikleri duygusal emek ölçeklerinin bazı maddelerini alarak Türkçe'ye uyarladığı ölçekten yararlanılmıştır. Ölçek, yüzeysel davranış, derin davranış ve gerçek duygular olmak üzere üç boyutu içermektedir. Ölçek, çalışmanın yapıldığı sektöre uyarlanarak, "hastalarla uygun şekilde ilgilenebilmek için rol yaparım.", "hastalara göstermek zorunda olduğum duyguları gerçekten yaşamaya çalışırım.", "hastalara sergilediğim duygular samimidir.", şeklinde ifadelerden oluşmaktadır. Katılımcılar ölçek maddelerini beşli Likert ölçeği yardımıyla yanıtlamışlardır (1- hiçbir zaman, 5- her zaman). Ölçekte yüzeysel davranış 1-6., derin davranış 7-10. ve gerçek duygular ise 11-13. maddeler ile ölçülmektedir.

## Güvenirlilik Analizi

**Psikolojik Sözleşme İhlali Ölçeği:** Psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin cronbach alpha güvenirlik katsayısı 0.781'dir.

**Duygusal Emek Ölçeği:** Duygusal emek ölçeğinin cronbach alpha güvenirlik katsayısı 0.652'dir. Yüzeysel davranış ölçeğinin cronbach alpha güvenirlik katsayısı 0.885; derin davranış ölçeğinin cronbach alpha güvenirlik katsayısı 0.887; gerçek duygular ölçeğinin cronbach alpha güvenirlik katsayısı 0.870'dir. Bu sonuçlara göre ölçeklerin cronbach alpha değerlerinin güvenirlik sınırları içinde olduğu tespit edilmiştir.

## Normallik Testi

Her iki ölçeğin normallik dağılımını belirlemek amacıyla yapılan analizde, çarpıklık ve basıklık oranının (skewness ve kurtosis oranı) -1,5 ile + 1,5 arasında olduğu ve her iki ölçeğin normal dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2014). Bu sonuca göre göre değişkenler arasındaki ilişkilerin varlığını tespit etmek için Pearson korelasyon analizi ve değişkenler arasındaki neden sonuç ilişkisini test etmek amacıyla, basit doğrusal regresyon analizinin uygulanmasının uygun olacağı görülmüştür.

## 1. BULGULAR

### Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Örnekleme oluşturan 118 sağlık sektörü çalışanından erkek çalışanların oranı % 29,7 (n=35), kadın çalışanların oranı % 70,3 (n=83); evlilerin oranı % 67,8 (n=80), bekârların oranı ise % 32,2 (n=38)'dir. 18-30 yaş aralığında olanların oranı % 46,6 (n=55), 31-40 yaş aralığında olanların oranı % 36,4 (n=43), 41-50 yaş aralığında olanların oranı % 14,4 (n=17) ve 51 yaş ve üstü olanların oranı % 2,5 (n=3)'tir. Sağlık sektörü alanında 1-5 yıl aralığında çalışanların oranı % 32,2 (n=38), 6-10 yıl aralığında çalışanların oranı % 32,2 (n=38), 11-15 yıl aralığında çalışanların oranı %14,4 (n=17), 16-20 yıl aralığında çalışanların oranı % 13,6 (n=16) ve 21 yıl ve üstü çalışanların oranı % 7,6 (n=9) dir. Lise mezunlarının oranı % 30,5 (n=36), önlisans mezunlarının oranı % 37,3 (n=44), lisans mezunlarının oranı % 25,4 (n=30), yüksek lisans mezunlarının oranı % 5,9 (n=7) ve doktora mezunlarının oranı % 0,8 (n=1)'dir.

### Korelasyon Analizi Bulguları

Değişkenlere ait alt boyutlar arasındaki ilişkileri gösteren Pearson Korelasyon analizi bulguları Tablo 1' de gösterilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, psikolojik sözleşme ihlali ve duygusal emek ( $r=0.028$ ,  $p>0.05$ ) arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Psikolojik sözleşme ihlali ile duygusal emeğin alt boyutlarından, yüzeysel davranış ( $r=0.079$ ,  $p>0.05$ ), derin davranış ( $r=-0.055$ ,  $p>0.05$ ) ve gerçek duygular ( $r=0.003$ ,  $p>0.05$ ) arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir.

**Tablo 1:** Ortalama, Standart Sapma Değerleri ve Pearson Korelasyon Analizi

Değişkenler	Ort.	SS	1	2	3	4	5
1.PSİ	2,881	0,716	1				
2.DE	2,829	0,509	0,028	1			
3.YD	2,025	0,904	0,079	0,570**	1		
4.DD	3,093	1,140	-0,055	0,751**	-0,032**	1	
5.GD	4,084	0,830	0,003	0,044	-0,604**	0,236*	1

\*\* $P<0,01$ , \* $P<0,05$ . PSİ:Psikolojik sözleşme ihlali, DE: Duygusal emek, YD:Yüzeysel davranış,

DD:Derin davranış, GD:Gerçek Duygular

### Basit Doğrusal Regresyon Analizi Bulguları

Psikolojik sözleşme ihlali ile duygusal emek ve alt boyutları arasındaki neden sonuç ilişkisine yönelik basit doğrusal regresyon analizinin gösterildiği Tablo 2'ye göre, psikolojik sözleşme ihlali, duygusal emek ( $R^2=.001$ ) ve duygusal emeğin yüzeysel davranış ( $R^2=.006$ ), derin davranış ( $R^2=.003$ ) ve gerçek duygular ( $R^2=.000$ ) alt boyutlarını anlamlı olarak etkilememektedir. Diğer bir deyişle, psikolojik sözleşme ihlalinin duygusal emek ve alt boyutlarını etkile-

me yüzdesinin ( $R^2$ ) yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre **H1a**, **H1b**, **H1c**, ve **H1d** hipotezleri reddedilmiştir.

**Tablo 2:** Basit Doğrusal Regresyon Analizi

<i>Değişkenler</i>	<i>DE</i>	<i>YD</i>	<i>DD</i>	<i>GD</i>
	$\beta$	$\beta$	$\beta$	$\beta$
<i>PSİ</i>	0,020	0,099	-0,088	0,004
<i>F</i>	0,090	0,723	0,352	0,001
<i>R<sup>2</sup></i>	0,001	0,006	0,003	0,000
<i>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></i>	-0,008	-0,002	-0,006	-0,009

$P < 0,05$ . PSİ: Psikolojik sözleşme ihlali, DE: Duygusal emek, YD:Yüzeysel davranış,

DD:Derin davranış, GD:Gerçek Duygular.

## SONUÇ ve TARTIŞMA

Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda, psikolojik sözleşme ihlalinin, duygusal emek ve yüzeysel davranış, derin davranış ve gerçek duygular alt boyutlarını anlamlı düzeyde etkilemediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla çalışanların psikolojik sözleşme ihlali algılamalarının, sergiledikleri duygusal emek davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Bu sonucun, psikolojik sözleşme ihlali ve duygusal emek ilişkisini dolaylı olarak ele alan Fındıklı ve Yozgat (2015), Xuan ve Park (2012), Bal ve Smit (2011) ve Zhao vd.,'nin (2007) sonuçlarından farklı olduğu görülmektedir.

Araştırmadan elde edilen sonucu değerlendirmek amacıyla, Morrison ve Robinson'un (1997: 528) geliştirdiği psikolojik sözleşme ihlali modeline değinmek yerinde olacaktır. Psikolojik sözleşme ihlali modelinde, psikolojik sözleşme ihlali algısı her zaman duygusal tepkiye neden olmamaktadır. Bir başka deyişle, işgören tarafından psikolojik sözleşmenin ihlal edildiğinin algılanması, gerçek anlamda bir ihlalin hissedildiği anlamına gelmemektedir. Duygusal tepki, işgörenin algılanan ihlale anlam yüklediği bir yorumlama sürecine bağlı olarak gelişmektedir. İşgören yorumlama sürecinde ihlalin neden ve sonuçlarını değerlendirerek, kendisine haksızlık yapıldığını algılasa duygusal tepki vermektedir. Dolayısıyla araştırmanın yapıldığı Acil Sağlık Hizmetleri İstasyonları'ndaki işgörenler, kendilerine verilen sözlerin yerine getirilmediği durumlarda bile, bunu kendilerine yapılan bir haksızlık olarak yorumlamamış ve duygusal tepki vermemiş olabilirler. Ayrıca, özellikle kamu sektöründe işe alımlarda merkezi sınav sisteminin uygulanması ile yöneticilerin işe alım sürecinde işgörenlerle doğrudan iletişiminin olmaması, işgörenlerin işe alım sürecinde kendilerine bir söz verilmediğini düşünmelerine neden olabilir. Diğer yandan, işgörenler işe başladıktan sonra yeterli performans gösteremezlerse,

ücret artışı, terfi ve sosyal hakların sağlanması konularında işveren de isteksiz davranmaktadır. Özellikle emek-yoğun hizmet veren kamu sağlık sektöründeki işgörenler beklenenden daha çok performans gösterdiklerini düşünerek, bu nedene yönelik bir ihlal algılamamış olabilirler.

Araştırmada elde edilen sonuçlar, kamu sağlık hizmetleri sektörünün belirli bir örneklemeden elde edilmesi nedeniyle, tüm kamu ve özel sağlık hizmetleri sektörü çalışanlarıyla ilgili bir genel sonucu kapsamamaktadır. Aynı konuda özel sağlık sektörü ve diğer hizmet sektörlerinde de benzer çalışmaların yapılması ilgili yazının gelişmesine katkı sağlayabilir. Bu araştırmada sadece psikolojik sözleşme ihlalinin duygusal emek üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Konu ile ilgili olarak, diğer faktörlerinde değerlendirildiği çalışmaların yapılması, sonuçları daha da genellenebilir bir hale getirebilecektir.

## KAYNAKÇA

- Allen, J. A., Diefendorff, J. M. ve Ma, Y. (2014). Differences in Emotional Labor Across Cultures: A Comparison of Chinese and U.S. Service Workers. *J Bus Psychol*, 29, 21-35.
- Ashforth, B. E. ve Humphrey, R. H. (1993). Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity. *Academy of Management Review*, 18(1), 88-115.
- Bal, M. ve Smit, P. (2011). Age-Related Differences in Emotion Regulation After Psychological Contract Breach. *Career Development International*, 17(1), 6-24.
- Basım, H. N. ve Beğenirbaş, M. (2012). Çalışma Yaşamında Duygusal Emek: Bir Ölçek Uyarlama Çalışması. *Yönetim ve Ekonomi*, 19(1), 77-90.
- Chambel, M. J. ve Olivia Cruz, F. (2010). Breach of Psychological Contract and the Development of Burnout and Engagement: A Longitudinal Study Among Soldiers on a Peacekeeping Mission. *Military Psychology*, 22, 110-127.
- Choi, Y. G., Kim, K.S. ve Kim, J. S. (2014). A Study on the Concept, Dimensions and Consequences of Emotional Labor. *The SIJ Transactions on Industrial, Financial & Business Management*, 2(3), 77-81.
- Tabachnick, B. G. ve L.S. Fidell, L.S. (2014). *Using Multivariate Statistics* (sixth ed.). Boston: Pearson
- Grandey, A. A. (2000). Emotion Regulation in The Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 95-110.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Fındıklı, M. A. ve Yozgat, U. (2015). The Relationships among Emotional Labor, Perceived Psychological Contract Breach and Perceived In-Role Performance: A Research in Retail and Service Sector Employees in Istanbul. *Canadian International Journal of Social Science and Education*, 193- 203.
- Köse, S., Oral, L. ve Türesin, H. (2011). Duygusal Emek Davranışlarının İşgörenlerin Tükenmişlik Düzeyleri ile İlişkisi Üzerine Sağlık Sektöründe Bir Araştırma. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 12 (2), 165-185.
- Lazanyi, K. (2011). Organizational Consequences of Emotional Labour In Management. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 125-131.
- Morris, J. A. ve Feldman, D.C. (1996). The Dimensions, Antecedents and Consequences of Emotional Labor. *Academy of Management Review*, 21(4), 986-1010.

- Morrison, E. W. ve Robinson, S. L. (1997). When Employees Feel Betrayed: A Model of How Psychological Contract Violation Develops. *Academy of Management Review*, 22, 226–256.
- Robinson, S. L., ve Morrison, E. W. (2000). The Development of Psychological Contract Breach and Violation: A Longitudinal Study. *Journal of Organizational Behavior*, 21, 525–546.
- Robinson, S. L. ve Rousseau, D. M. (1994). Violating The Psychological Contract: Not The Exception But The Norm. *Journal of Organizational Behavior*, 15, 245–259.
- Rousseau, D.M. (1989). Psychological and Implied Contracts in organizations. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 2, 121–139.
- Rousseau, D. M. (1990). New Hire Perceptions of Their Own and Their Employer's Obligations: A Study of Psychological Contracts. *Journal of Organizational Behavior*, 11(5), 389-400.
- Salha, H., Cinnioğlu, H. ve Yazıt, H. (Ekim 2016). *Psikolojik Sözleşme İhlal Algısının Tükenmişlik Üzerine Etkisi: Yiyecek İçecek İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma*. 17. Ulusal Turizm Kongresi, Muğla'da sunulan bildiri.
- Smithson, J. ve Lewis, S. (2004). The Psychological Contract and Work-Family. *Organization Management Journal*, 1(1), 70-80.
- Tziner, A., Felea, M. ve Vasiliu, C. (2017). Psychological Contract Breach, Leader-Member Exchange, Perceived Ethical Climate and Organisational Justice: Are They İnterrelated and How?. *Journal of East European Management Studies*, 22(1), 63-82.
- Xu, S., L R. Martinez, L.R. ve Lv, Q. (2017). Explaining the Link Between Emotional Labor and Turnover Intentions: The Role of In-Depth Communication. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 18(3), 288-306.
- Xuan, J. ve Park, D. S. (2012). Effects of Psychological Contract on Organizational Citizenship Behavior: The Mediating Role of Professors' Emotional Labor Strategy. *African Journal of Business Management*, 6(24), 7184-7197.
- Ye, M. ve Chen, M. (2015). A Literature Review on Teachers' Emotional Labor. *Creative Education*, 6, 2232-2240.
- Zhao, H., Wayne, S. J., Glibkowski, B. C. ve Bravo, J. (2007). The İmpact of Psychological Contract Breach on Work-Related Outcomes: A Meta-Analysis. *Personnel Psychology*, 60, 647–680.





# BİST-100 VE BİST SEKTÖR ENDEKSLERİ İLE VIX ENDEKSİ ARASINDAKİ İLİŞKİSİNİN ANALİZİ

## Analysis of Relationship Between BIST-100 and BIST Sector Indices with VIX Index

Gönderim Tarihi: 08.08.2018

Kabul Tarihi: 09.10.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492470

Şakir SAKARYA\*

Hilmi Tunahan AKKUŞ\*\*

**ÖZ:** VIX endeksi, tüm dünyada menkul kıymet piyasalarının gelecekteki beklenen hareketlerinin tahmini için gösterge olarak kullanılan önemli bir endekstir. Bu çalışmanın amacı, 05.01.2010-22.06.2018 tarihleri arasındaki dönem için VIX endeksi ile BİST Ulusal 100 endeksi ve BİST sektörel endeksler (Banka, Mali ve Teknoloji) arasındaki nedensellik ilişkisinin tespit edilmesidir. Analiz yöntemleri olarak ADF ve PP birim kök testleri, ARDL sınır testi ve Toda-Yamamoto nedensellik testi kullanılmıştır. Çalışmadan elde edilen eşbütünleşme testi sonuçlarına göre, VIX endeksi ile BİST Ulusal 100 (XU100), BİST Banka (XBANK), BİST Mali (XUMAL) ve BİST Teknoloji (XUTEK) endeksleri arasında uzun dönemli istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçlarına göre ise, VIX endeksinden XU100, XBANK, XUMAL ve XUTEK endekslerine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** VIX Endeksi, ARDL Sınır Testi, Toda-Yamamoto Nedensellik Testi.

**ABSTRACT:** The VIX index is an important index used as an indicator for estimating future expected movements of capital markets worldwide. The aim of this study is to determine the causality relation between the VIX index, the BIST National 100 index and the BIST sectoral indices (Bank, Financial and Technology) for the period between 05.01.2010-22.06.2018. ADF and PP unit root tests, ARDL boundary test and Toda-Yamamoto causality test were used for analysis. According to the cointegration test results, there is a long and statistically significant relationship between VIX index and BIST National 100 (XU100), BIST Bank (XBANK), BIST Financial (XUMAL) and BIST Technology (XUTEK) indices. According to Toda-Yamamoto causality test results, one-way causality relation was found from VIX index towards XU100, XBANK, XUMAL and XUTEK indices.

**Keywords:** VIX Index, ARDL Boundary Testing, Toda-Yamamoto Causality Test.

\* Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi/İİBF/İşletme Bölümü/Muhasebe Finansman Anabilim Dalı, sakarya@balikesir.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0003-2510-7384.

\*\* Öğr. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Savaştepe MYO/Yönetim ve Organizasyon Bölümü/İşletme Yönetimi Programı, tunaakkus@balikesir.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-8407-1580.

## GİRİŞ

Artan teknolojik gelişmelerin beraberinde finansal serbestleşme, uluslararası sermaye akımlarının kolaylıkla gerçekleşmesine yol açmış, bilginin dolaşımını hızlandırmış ve böylelikle farklı ülkelerdeki finansal piyasaların birbirine entegrasyonunu sağlamıştır. Bu durum herhangi bir piyasada meydana gelen olumlu veya olumsuz gelişmelerden diğer piyasaların da etkilenmesine yol açmaktadır. Finansal serbestleşme yatırımcılar için yeni yatırım fırsatları sunabilmektedir. Bununla birlikte finansal piyasalarda meydana gelen bir kriz ya da fiyat dalgalanması, diğer piyasa veya ülkeleri de kısa sürede etkileyebilmektedir. Piyasalar arasındaki bağlantıların bu kadar yükselmesi, finansal uygulayıcıları ve karar mekanizmalarını, bu ilişkilerin araştırılması konusunda hem teşvik etmekte hem de zorunlu kılmaktadır.

Artan belirsizlik ortamında piyasa işlemcileri sermaye tahsisi, finansal korunma ve portföy çeşitlendirmesi gibi kararları etkileyen önemli bir bilgi kaynağı olarak varlık fiyat volatilitelerine büyük önem vermektedirler (Emna ve Myriam, 2017: 52). Diğer taraftan artan küreselleşme olgusuyla birlikte birbirine entegre olan finansal piyasaların birinde ortaya çıkan volatiliteler, eş zamanlı olarak diğer finansal piyasaları da etkilediği için yine bir çok yatırımcı tarafından takip edilmekte ve yatırım kararlarında belirleyici olabilmektedir (İskenderoğlu ve Akdağ, 2018: 490). Bu bağlamda VIX (Volatility Index) endeksi, piyasalar tarafından izlenen önemli volatilitelerden biri olarak kabul edilmektedir.

Şikago Opsiyon Borsası (Chicago Board of Option Exchange - CBOE) tarafından hesaplanan VIX endeksi, S&P 500 endeksini temel alan, 22 gün vadeli alım-satım opsiyonlarının oynaklıklarından meydana getirilen ve kısıtlayıcı opsiyon fiyatlandırma modeline atıfta bulunulmadan türetilmiş bir zımni volatiliteler endeksidir (Becker, Clements ve McClelland, 2009: 1034). 1993 yılından itibaren hesaplanmaya başlanan VIX endeksi, başlangıçta S&P 100 endeksi esas alınarak hesaplanmakta iken, Eylül 2003'ten itibaren S&P 500 endeksi esas alınarak hesaplanmaktadır (Korkmaz ve Çevik, 2009: 89; Fernandes, Medeiros ve Scharth, 2013: 2; Ozair, 2014: 83). Aslında CBOE tarafından beklenen volatilitenin ölçümüne yönelik altı farklı kategoride 28 adet endeks hesaplanmaktadır (CBOE, 2018). Ancak S&P 500 dikkate alınarak hesaplanan VIX endeksi, menkul kıymet piyasalarının gelecekteki beklenen hareketlerinin tahmini için gösterge olarak kullanılmaktadır (Kaya ve Çoşkun, 2015: 176). VIX endeksi, aynı zamanda zımni volatiliteler endeksi olarak da isimlendirilmektedir (Konstantinidi, Skiadopoulos ve Tzagkaraki, 2008; Korkmaz ve Çevik, 2009; Lee ve Ryu, 2013). VIX endeksi, en yaygın kullanılan modelsiz zımni volatiliteler (Model-Free Implied Volatility) göstergesidir (Lee ve Ryu, 2013: 3; Emna ve Myriam, 2017: 53). Söz konusu endeks, tahminlere dayalı olarak geçmişteki volatilitenin bir dereceye

kadar düzleştirilmesi şeklinde oluşturulan model bazlı tahminlerin aksine piyasada öngörülen bir tahmin olup, modele dayalı bir tahminin yapamayacağı bilgileri yansıtma potansiyeline sahiptir (Becker, Clements ve McClelland, 2009: 1033). Dolayısıyla VIX, ARCH/GARCH gibi modellerden elde edilen volatilité tahminleri yerine, doğrudan piyasadaki elde edilen bir volatilité endeksidir.

VIX endeksi, Black ve Scholes tarafından gerçekleştirilen 1973 yılındaki Nobel ödüllü çalışmalarında yer alan hesaplama tekniğinin geliştirilmiş versiyonu olmakla birlikte, daha sonra endekse ilişkin hesaplamalar Merton'un (1973) katkıları ile mevcut halini almıştır (Shaikh ve Padhi, 2014: 45; Kula ve Baykut, 2017: 28). Endeksin yükselmesi, piyasadaki volatilité beklentisinin de yükseleceğini, endeksin düşmesi piyasadaki volatilité beklentisinin de düşeceğini ifade etmektedir. VIX endeksi ile hisse senedi piyasa endeksi arasında negatif bir ilişkisi bulunmaktadır. Genel olarak VIX endeksinin %30'un üzerine çıkması, yatırımcıların risk algılarının arttığını ve gelecekteki beklentilerin kötüleştiğini gösterirken, endeksin %20'nin altında kalması yatırımcıların risk algısının azaldığını göstermektedir (Kaya, Güngör ve Özçomak, 2014: 2).

Yine VIX endeksi, yatırımcıların yatırım davranışlarına yön verebilmekte, yatırımcı davranışları da piyasaları şekillendirebilmektedir. Uluslararası yatırımların önemli büyüklüklere ulaşması nedeniyle de VIX endeksinin farklı ülkelerdeki piyasa getirilerinin değişmesine neden olabileceği düşünülebilir (İskenderoğlu ve Akdağ, 2018: 489). Söz konusu endeks, küresel boyutta hisse senedi getirileri üzerinde önemli bir gösterge olmakta ve hisse senedi piyasalarının geleceği hakkında yatırımcılara yol gösterici öneriler sunmaktadır (Erdoğan ve Baykut, 2016: 58). Nitekim TCMB gibi, çeşitli ülkelerin merkez bankaları tarafından politika oluşturmak amacıyla, VIX endeksi yakından takip edilmektedir (İskenderoğlu ve Akdağ, 2018: 490). VIX endeksi, piyasalardaki korkuyu yansıtmakta, finansal kırılganlık açısından önem taşımakta ve krizlerin öncüsü olarak görülmektedir (Kaya, 2015: 5). Aynı zamanda endeks, genellikle piyasa riskinin bir ölçüsü olarak kullanıldığı için birçok varlık fiyatlama modelinde de kullanılabilir (Konstantinidi, Skiadopoulos ve Tzagkaraki, 2008: 2401).

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere VIX endeksi, yatırımcı davranışlarına yön vererek hisse senedi piyasalarını etkileyebilmektedir. Bu çalışmada VIX endeksi ile BİST Ulusal 100 (XU100), BİST Banka (XBANK), BİST Mali (XUMAL) ve BİST Teknoloji (XUTEK) endeksleri arasındaki eşbütünlük ve nedensellik ilişkileri incelenmektedir. VIX endeksiyle yakından ilişkili olabileceği düşüncesi ile söz konusu borsa endeksleri çalışmaya dahil edilmiştir. Böylelikle VIX endeksi ile genel hisse senedi endeksleri arasındaki ilişkilerin incelendiği yaygın uygulamanın ötesinde, BİST'te yer alan alt sektörlerle ait hisse senedi endekslerinin VIX endeksi ile ilişkisi ayrı ayrı ortaya konulmuş

olacaktır. Çalışmada değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkilerinin ortaya çıkarılabilmesi için ARDL sınır testi ve nedensellik ilişkilerinin ortaya çıkarılabilmesi için Toda-Yamamoto nedensellik testi yöntemlerine yer verilmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünü oluşturan giriş bölümünün açıklanmasının ardından ikinci bölümde literatür incelemesine yer verilmektedir. Takiben üçüncü bölümde çalışmada kullanılan test yöntemleri, dördüncü bölümde çalışmada kullanılan veriler ve bu verilere ait ön istatistikler açıklanmaktadır. Beşinci bölümde çalışmayla ilgili ampirik bulguların sunulmasından sonra altıncı ve son bölümde ise sonuçlar ile genel değerlendirmeye yer verilmektedir.

## LİTERATÜR İNCELEMESİ

Uluslararası piyasalarda volatilité göstergesi olarak kabul edilen VIX endeksi, bir çok çalışmada yer almıştır. Çeşitli çalışmalarda piyasaların gelecek volatiliteleri ile ilgili olarak endeksin tahmin gücü araştırılmış (Poon ve Granger, 2003; Corrado ve Miller, 2005; Banerjee and Kumar, 2011; Jung, 2016; Emna ve Myriam, 2017), diğer taraftan bazı çalışmalarda da VIX endeksinin hisse senedi getirileri ile ilişkileri incelenmiştir. Bu çalışmada VIX endeksi ile BİST Ulusal 100, BİST Banka, BİST Mali ve BİST Teknoloji endeksleri arasındaki ilişkiler araştırılacağı için, literatür incelemesinde de bu kapsamdaki ilişkiler açıklanmaktadır. Aşağıda bu konuda yapılmış çalışmalar özetlenmiştir.

Giot (2005), ABD’de yer alan hisse senedi endeksleri (S&P100 ve NASDAQ100 endeksleri) ile zımni volatilité endeksleri (VIX ve VXN endeksleri) arasındaki ilişkiyi ele aldığı çalışmasında, örneklem dönemini 1 Ağustos 1994 - 30 Mayıs 1997 (düşük volatilité, boğa piyasası), 2 Haziran 1997 - 31 Mart 2000 (yüksek volatilité, boğa piyasası) ve 3 Nisan 2000 - 31 Ocak 2003 (yüksek volatilité, ayı piyasası) olarak üç alt sınıfa ayırarak gerçekleştirmiştir. Regresyon yöntemi ile gerçekleştirdiği analiz sonucunda S&P 100 ve NASDAQ 100 endeksleri ile zımni volatilité (VIX ve VXN) endeksleri arasında negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşmıştır.

Korkmaz ve Çevik (2009), VIX endeksinin gelişmekte olan 15 ülke (Arjantin, Meksika, Peru, Brezilya, Şili, Endonezya, Tayvan, G. Kore, Malezya, Tayland, Rusya, Çekya, Macaristan, Polonya ve Türkiye) hisse senedi piyasaları üzerindeki etkisini araştırdıkları çalışmalarında; PP yapısal kırılmasız birim kök testinin yanında ayrıca Zivot-Andrews (1992) ve Lee-Strazicich (2004) yapısal kırılmaları dikkate alan birim kök testleri ile GJR-GARCH modelini kullanmışlardır. Elde edilen bulgulara göre, VIX endeksinin Arjantin, Meksika, Şili, Macaristan, Peru, Polonya, Endonezya Malezya, Tayland, Brezilya ve Türkiye hisse senedi piyasalarını etkilediği ve bu piyasaların volatilitésini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kaya, Güngör ve Özçomak (2014), VIX endeksinin OECD ülkeleri üzerindeki etkisini araştırdıkları çalışmalarında; ADF birim kök testi, ARDL sınır testi ve hata düzeltme modeli kullanmışlardır. Çalışmanın bulgularına göre, VIX endeksi ve borsa endeksi arasında eşbütünleşme yani uzun dönemli ilişki olduğu, VIX endeksi ve borsa endeksleri ile oluşturulan uzun dönem ve hata düzeltme modelinin %1 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ozair (2014), zımni volatilité (VIX) ve ona dayanak oluşturan S&P 500 arasındaki nedensellik ilişkisini incelediği çalışmasında; ADF birim kök testi, VAR yaklaşımı, etki-tepki fonksiyonu, varyans ayrıştırması ve Granger nedensellik testi kullanmıştır. Elde edilen bulgulara göre, VIX ve S&P 500 endeksleri arasında iki yönlü bir ilişki olduğu ancak ampirik kanıtlar, VIX'in S&P 500 üzerindeki etkisinin önemsiz olduğu ve S&P 500'ün VIX endeksi üzerindeki etkisinin sadece önemli olmayıp aynı zamanda nispeten daha uzun bir süre boyunca devam ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Kaya (2015), BIST 100 endeksi ile VIX endeksi arasındaki nedensellik ilişkisini incelediği çalışmasında; ADF ve PP birim kök testleri, Johansen-Juselius eşbütünleşme testi ve hata düzeltme modelini kullanmıştır. Elde edilen bulgulara göre, BIST 100 endeksi ile VIX endeksi arasında eşbütünleşme olduğu, ayrıca VIX endeksinin BIST 100 endeksini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Kaya ve Çoşkun (2015), VIX endeksinin Borsa İstanbul üzerindeki etkisini araştırdığı çalışmalarında; ADF birim kök testi, Granger nedensellik testi ve regresyon analizi yöntemleri kullanmışlardır. Elde edilen bulgulara göre, VIX endeksinden BİST 100 endeksine %1 önemlilikte bir Granger nedensellik tespit edilmiştir. Ayrıca BİST endeksinin bağımlı ve VIX endeksinin de bağımsız değişken seçilerek gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda da VIX endeksine ilişkin katsayı -0.146 olarak tespit edilmiş, bu durum BİST 100 endeksi ve VIX arasındaki ilişkinin yönünün de negatif olduğunu göstermiştir.

Erdoğan ve Baykut (2016), hisse senedi fiyatlarının beklenen volatilitésini gösteren VIX ve tahvil fiyatlarının beklenen volatilitésini gösteren MOVE endeksleri ile BİST banka endeksi (XBANK) arasındaki ilişkiyi 10.12.1998-31.12.2015 dönemi için analiz ettikleri çalışmalarında; ADF ve PP birim kök testleri, ARDL sınır testi yaklaşımı ve Toda-Yamamoto nedensellik testini kullanmışlardır. Çalışmanın sonuçlarına göre, söz konusu üç endeks arasında uzun dönemli bir ilişki bulunamamıştır. Ayrıca Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçlarına göre ise VIX endeksinden BİST banka endeksi yönünde bir nedenselliğe rastlanırken, MOVE endeksi ile BİST banka endeksi arasında bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır.

Emna ve Myriam (2017), çalışmalarında bir taraftan zımni volatilité endeksleri ile dayanak hisse senetlerinin gelecekteki oynaklığı arasındaki ilişkiyi inceler-

ken, diğer taraftan zımni volatilité endeksleri ile dayanak hisse senedi getirileri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışmalarını Euro bölgesi, Fransa, Almanya, İsviçre ve İngiltere üzerine ve 01.01.2010-31.03.2015 dönemini kapsayan günlük verilerle gerçekleştirmişlerdir. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular piyasadan piyasaya farklılık göstermektedir. Euro bölgesi ve Almanya için VIX endeksi dayanak hisse senedi getirilerinin Granger nedeni iken, Fransa için hisse senedi endeks değişimlerinin VIX endeksi üzerinde kaldıraç etkisinin varlığına ilişkin kanıtlar bulunmuştur. İsviçre için VIX endeksi ile dayanak hisse senedi getirilerinden oluşan endeksler arasında iki yönlü ilişki bulgusuna ulaşılırken, İngiltere için herhangi bir ilişkiye ulaşılammış ve bu durumun davranışsal faktörlerle ilişkili olabileceği belirtilmiştir.

Sarwan ve Khan (2017), ABD borsasındaki belirsizliğin (VIX) 5 Latin Amerika ülkesi (Brezilya, Meksika, Şili, Kolombiya ve Peru) hisse senedi getirileri ve MSCI gelişen piyasalar endeksi üzerine etkilerini araştırdıkları çalışmalarında; PP birim kök testi, Granger nedensellik testi ve GARCH yöntemi kullanmışlardır. Çalışma, finansal kriz öncesi dönem, finansal kriz dönemi ve finansal kriz sonrası dönem olarak üç döneme ayrılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; sadece finansal kriz sonrası dönem için VIX'ten Latin Amerika ülkelerine nedensellik olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

İskenderoğlu ve Akdağ (2018), VIX endeksi ile seçilmiş 11 ülke (Türkiye, Brezilya, Hindistan, Almanya, İngiltere, Endonezya, Rusya, ABD, Japonya, Avustralya ve Çin) borsa endekslerinin getirileri arasındaki ilişkiyi araştırdıkları çalışmalarında; Granger nedensellik testi ile Breitung ve Candelon frekans nedensellik analizleri uygulamışlardır. Çalışmada zaman serilerine ilişkin durağanlık sınamaları, ADF ve PP birim kök testleri ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, VIX endeksi ile NASDAQ 100 (ABD) ve DAX (Almanya) hisse senedi endekslerinin getirileri arasında bir nedensellik ilişkisinin olmadığı, ayrıca VIX endeksinin çalışmaya dahil edilen Türkiye dışındaki diğer tüm ülke borsalarının gösterge endeks getirileri üzerinde kısa, orta ve uzun dönemde nedensel etkiye sahip olduğu, son olarak da VIX endeksinin BİST 100 endeks getirisi üzerinde sadece kısa ve orta dönemde nedensel etkiye sahip olduğu, uzun dönemde nedensel etkinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde çalışmaların neredeyse tamamında genel hisse senedi endeksleri kapsama alınmış, diğer sektörel endekslerle ilişkin detaylı çalışma yapılmamıştır. Sektörel anlamda sadece Erdoğan ve Baykut (2016) çalışmasında BİST banka endeksi (XBANK) ile VIX endeksi arasındaki ilişki incelenmiştir. Bunun dışında elde edilen sonuçlara göre çalışmaların neredeyse tamamında VIX endeksinden hisse senedi endekslerine doğru bir nedenselliğin olduğu görülmektedir. Literatür özeti aşağıdaki Tablo 1'de ayrıntılı olarak özetlenmiştir.



**Tablo 1: Literatür Özeti**

Kaynak	Örneklem (Ülkeler)	Veri (Sıklık)	Ekonometrik Yöntem	Eşbittinleşme	Bulgular	Nedensellik
Giot (2005)	ABD	01.08.1994-31.01.2003 (Günlük)	1. Regresyon analizi	-	Negatif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki var	
Korkmaz ve Çevik (2009)	Gelişmekte olan 15 ülke (Arjantin, Meksika, Peru, Brezilya, Şili, Endonezya, Tayvan, G. Kore, Malezya, Tayland, Rusya, Çekya, Macaristan, Polonya ve Türkiye)	02.01.2004-17.03.2009 (Günlük)	1. PP birim kök testi 2. Zivot-Andrews (1992) ve Lee-Strazicich (2004) yapısal kırılmalı birim kök testleri 3. GJR-GARCH model	-		VIX→HSE (11 ülke için)
Kaya, Güngör ve Özçomak (2014)	OECD ülkeleri (34 ülke)	03.01.1995-30.04.2014 (Günlük)	1. ADF birim kök testi 2. ARDL sınır testi yaklaşımı 3. Hata düzeltme modeli	Var		-
Ozair (2014)	ABD	09.08.2012-03.10.2013 (Günlük)	1. ADF birim kök testi 2. VAR yaklaşımı 3. Etki-tepki fonksiyonu 4. Varyans ayırması 5. Granger nedensellik testi	-		VIX→HSE
Kaya (2015)	Türkiye	02.01.2009-11.01.2013 (Günlük)	1. ADF ve PP birim kök testleri 2. Johansen-Juselius eşbittinleşme testi 3. Hata düzeltme modeli	Var		VIX→HSE
Kaya ve Coşkun (2015)	Türkiye	03.01.1995-30.04.2014 (Günlük)	1. ADF birim kök testi 2. Granger nedensellik testi 3. Regresyon analizi	-		VIX→HSE
Erdoğdu ve Baykut (2016)	Türkiye	10.12.1998-31.12.2015 (Günlük)	1. ADF ve PP birim kök testleri 2. ARDL Sınır testi yaklaşımı 3. Toda-Yamamoto nedensellik testi	Yok		VIX→HSE
Emna ve Myriam (2017)	Euro bölgesi, Fransa, Almanya, İsviçre ve İngiltere	01.01.2010-31.03.2015 (Günlük)	1. GJR-GARCH model 2. Granger nedensellik testi	-		VIX→HSE (Euro bölgesi ve Almanya) HSE → VIX (Fransa) VIX→HSE (İsviçre) VIX↔HSE (İngiltere)
Sarwan ve Khan (2017)	MSCI gelişen piyasalar endeksi, 5 Latin Amerika ülkesi (Brezilya, Meksika, Şili, Kolombiya ve Peru) borsası endeksi	01.06.2003-30.09.2014 (Günlük)	1. PP birim kök testi 2. Granger nedensellik testi 3. GARCH model	-		VIX→HSE (Sadece kriz sonrası dönemde)
İskenderoğlu ve Akdağ (2018)	Türkiye, Brezilya, Hindistan, Almanya, İngiltere, Endonezya, Rusya, ABD, Japonya, Avustralya ve Çin	01.2015-12.2017 (Günlük)	1. ADF ve PP birim kök testleri 2. Granger nedensellik testi 3. Breitung ve Candelon frekans nedensellik testi	-		VIX→HSE (9 ülke için)

**Not:** VIX, volatilité endeksinin; HSE ise hisse senedi endeksinin temsil etmektedir. Ayrıca “→” işareti tek yönlü nedensellik ilişkisini, “↔” işareti iki yönlü nedensellik ilişkisini, “-” işareti nedensellik ilişkisinin bulunmadığını ve “-” işareti ise konuyla ilgili herhangi bir bilginin bulunmadığını ifade etmektedir.



## YÖNTEM

Bu çalışmada, VIX endeksi ile BİST-100, BİST banka, BİST mali, BİST teknoloji endeksleri arasındaki ilişki inceleneceğinden, bu bölümde söz konusu amaca ulaşabilmek için gerçekleştirilmesi gereken birim kök, eşbütünleşme ve nedensellik testleri açıklanmaktadır.

### ADF ve PP Birim Kök Testleri

Zaman serisi verileri ile gerçekleştirilen regresyon analizleri için önemli varsayımlardan biri de, zaman serisinin durağan olmasıdır. Durağan olmayan zaman serileri ile gerçekleştirilen regresyon analizlerinde elde edilen sonuçlarda sahte ilişki yani sahte regresyon ortaya çıkmaktadır (Dikmen, 2012: 303; Tarı, 2014: 374; Gujarati, 2015: 320). Zaman serilerinde durağanlığı incelemenin i) grafik analizi, ii) korelogram analizi, iii) birim kök analizi olmak üzere üç temel yolu bulunmaktadır (Gujarati, 2015: 321). Bu analizlerden ilk ikisi görsel analizdir. Bu yüzden durağanlık sınamalarında karar alıcılara sayısal olarak daha net sonuçlar verebilen birim kök analizi daha çok tercih edilmektedir.

Literatürde en çok kullanılan birim kök testleri ADF ve PP'dir. ADF (1981) birim kök testi üç model üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu modellerden birincisi sabit terimsiz ve trendsiz model, ikincisi sabit terimli model, üçüncüsü de sabit terimli ve trendli modeldir. Bu modeller aşağıda sırasıyla denklem şeklinde gösterilmektedir.

$$\Delta Y_t = \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^m \delta_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$\Delta Y_t = \mu + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^m \delta_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t \quad (2)$$

$$\Delta Y_t = \mu + \beta t + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^m \delta_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t \quad (3)$$

Burada  $\Delta Y_t$ ;  $Y_t - Y_{t-1}$ 'yi yani birinci farkı ifade etmektedir.  $Y_t$ ; bağımlı değişken,  $\mu$ ; sabit terim,  $\varepsilon_t$ ; hata terimi, m ise optimum gecikme uzunluğu olup bilgi kriterlerine göre belirlenmektedir. ADF testi sonucunda elde edilen test istatistiği, MacKinnon (1996) değerleriyle karşılaştırılarak birim kökün varlığı araştırılmaktadır. Bu modeller için birim kökün varlığına ilişkin hipotezler aşağıdaki gibidir:

$H_0: \delta = 0$  (Seri durağan değildir.)

$H_1: \delta < 0$  ( $\phi_1 < 1$ ) (Seri durağandır.)

PP (1988) testi ise serilerin durağanlığının analizinde, hata teriminin zayıf bağımlılığına ve heterojenliğine izin veren bir birim kök testidir. Bu test, parametrik olmayan bir süreç içermekte olup; testte hareketli ortalama süreci söz konusudur. Ayrıca PP testi, ADF testinden farklı olarak otokorelasyon ve değişen varyansa duyarlı uzun dönem varyans tahmincilerini kullanmaktadır. PP testinin denklemi ise şu şekildedir:

$$Y_t = \mu + \beta \left( t - \frac{1}{2} T \right) + \alpha Y_{t-1} + u_t \quad (4)$$

Denklemden yer alan  $Y_t$ ; bağımlı değişkeni,  $\mu$ ; sabit terimi,  $T$ ; gözlem sayısını,  $u_t$ ; hata terimini ifade etmektedir. ADF testinde olduğu gibi PP testinde de elde edilen test istatistiği, MacKinnon (1996) değerleriyle karşılaştırılır. PP testi hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H<sub>0</sub>:  $\delta = 0$  ise birim kök vardır.

H<sub>1</sub>:  $\delta < 0$  ise birim kök yoktur.

### Eşbütünleşme ve ARDL Sınır Testi

Eşbütünleşme; birden çok durağan olmayan zaman serilerinin doğrusal kombinasyonlarının durağan olması ve bu serilerin uzun dönemde bir denge değerine sahip olması anlamına gelmektedir (Tari, 2014: 415). Engle ve Granger (1987) tarafından literatüre kazandırılan bu kavram, finansal açıdan portföy çeşitlendirmesi konusunda önemlilik arz etmektedir. Literatürde geliştirilen Engle-Granger (1987), Johansen (1988) ve Phillips-Ouliaris (1990) gibi farklı eşbütünleşme testleri bulunmasına rağmen, bu eşbütünleşme testlerinin uygulanabilmesi için bütün değişkenlere ait serilerin birinci farklarında durağan olmaları yani I(1) olmaları gerekmektedir. Ancak ARDL sınır testi yaklaşımı, bu kısıtı ortadan kaldırarak değişkenlerin I(0) ve I(1) olduğu tüm kombinasyonlarda eşbütünleşme analizlerinin yapılmasına imkan tanımaktadır (Pesaran, Shin ve Smith, 2001: 289-290). Yani durağanlık seviyeleri farklı olan zaman serileri arasındaki eşbütünleşme ilişkileri ARDL sınır testi yaklaşımı ile gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıca ARDL sınır testi yaklaşımına ilişkin önemli bir kısıt da bağımlı değişkenin I(1) olmak zorunda olmasıdır.

Öncelikle kısıtlanmamış hata düzeltme modelinin (unrestricted error correction model) tahminine dayanan sınır testi, iki aşamada uygulanmakta olup bunlardan birincisi değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin kurulması, ikincisi ise değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin belirlenmesidir (Çil Yavuz, 2015: 417). Eşbütünleşme ilişkisinin ortaya çıkarılabilmesi için gerçekleştirilecek iki değişkenin yer aldığı ARDL Sınır Testi denklemi şöyledir:

$$\Delta Y_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} Y_{t-i} + \sum_{i=1}^m \beta_{2i} X_{t-i} + \beta_3 Y_{t-1} + \beta_4 X_{t-1} + \varepsilon_t \quad (5)$$

Denklemdaki  $\Delta Y_t$ ; bağımlı değişkeni,  $X_t$ ; bağımsız değişkeni,  $\varepsilon_t$ ; hata terimini,  $m$  ise optimum gecikme uzunluğunu ifade etmekte olup bilgi kriterlerinin en küçük olduğu değerdir. ARDL sınır testi modelinde eşbütünleşmenin varlığına ilişkin hipotezler şöyledir:

$H_0: \beta_3 = \beta_4 = 0$  (Eşbütünleşme yoktur.)

$H_1: \exists \delta_i < 0, i = 3, 4$  (Eşbütünleşme vardır.)

ARDL sınır testi yaklaşımında değişkenler için eşbütünleşme ilişkisinin ortaya çıkarılmasının ardından değişkenlere ait uzun dönem ilişki katsayıları incelenmektedir. Ayrıca uzun dönemli ilişkiden kısa dönemli sapmaların varlığı da hata düzeltme modeli yardımıyla incelenebilmektedir. Ancak çalışmada uzun dönemli ilişkilerin ortaya çıkarılması amaçlandığı için hata düzeltme modeli, çalışmanın kapsamına dahil edilmemiştir. Uzun dönem ilişkisi için oluşturulan denklem şu şekildedir:

$$Y_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} Y_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} X_{t-i} + \varepsilon_t \quad (6)$$

Denklemdaki  $Y_t$ ; bağımlı değişkeni,  $X_t$ ; bağımsız değişkeni,  $\beta_0$ ; sabit terim,  $\varepsilon_t$ ; hata terimini,  $m$  ve  $n$  ise optimum gecikme uzunluğunu ifade etmekte olup bilgi kriterlerinin en küçük olduğu değerdir.

### Toda-Yamamoto Nedensellik Testi

Regresyon analizlerinde bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki bağımlılık ilişkisi ortaya konulmaktadır. Ancak değişkenler arasındaki bağımlılık ilişkisi ile değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi aynı şeyler değildir. Bağımlılık ilişkisi, bağımsız değişken  $X$ 'in sebep ve bağımlı değişken  $Y$ 'nin sonuç olduğu şeklinde kesin bir ilişkinin ifadesi değil, istatistiksel olarak iki değişken arasındaki birlikteliğin bir ifadesidir (Tarı, 2014: 436). Granger (1969), değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi üzerine odaklandığı çalışmasında nedensellik ilişkisini;  $Y$ 'nin cari değerinin  $Y$ 'nin gecikmeli yani geçmiş değerleriyle açıklanması ve  $X$ 'in gecikmeli yani geçmiş değerlerinin kullanılmasının  $Y$ 'nin öngörüsünü artırması şeklinde açıklamıştır.

Granger nedensellik testinin en önemli kısıtlarından biri, serilerin aynı seviyede durağan olmak durumunda olmalarıdır. Ancak bu durum her zaman mümkün olmamakta ve söz konusu kısıt, nedensellik sınamalarını zorlaştırır-

maktadır. Toda ve Yamamoto (1995), Granger (1969) tarafından bulunan nedensellik testini geliştirerek bu soruna bir çözüm bulmuşlar ve durağanlık seviyeleri farklı olan değişkenler arasında da nedensellik ilişkisinin sınanmasına imkan tanımışlardır. Toda ve Yamamoto nedensellik testi, gecikmesi artırılmış VAR ( $p+d_{max}$ ) yöntemine dayanmaktadır. Bu test, serilerin ikinci farklarında durağanlıklarına yani  $I(2)$  olmalarına izin vermesine rağmen, söz konusu teste bütünleşme derecesi ( $d_{max}$ ) gecikme uzunluğundan daha uzun olamamaktadır (Toda ve Yamamoto, 1995: 225). Toda ve Yamamoto nedensellik testinde iki değişken için denklem aşağıdaki gibidir:

$$Y_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{p+d_{max}} \beta_{1i} Y_{t-i} + \sum_{i=1}^{p+d_{max}} \beta_{2i} X_{t-i} + \varepsilon_t \quad (7)$$

$$X_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{p+d_{max}} \beta_{1i} X_{t-i} + \sum_{i=1}^{p+d_{max}} \beta_{2i} Y_{t-i} + \varepsilon_t \quad (8)$$

Denklemden yer alan ( $p$ ), VAR modeli kullanılarak elde edilen uygun gecikme uzunluğunu ifade ederken, ( $d_{max}$ ) maksimum bütünleşme derecesini göstermektedir. Toda ve Yamamoto nedensellik testinin hipotezleri aşağıdaki gibidir.

$H_0: \beta_{2i} = 0, i = 1, 2, \dots, p$  ( $X$ 'ten  $Y$ 'ye nedensellik yoktur.)

$H_1: \exists \beta_{2i} \neq 0, i = 1, 2, \dots, p$  ( $X$ 'ten  $Y$ 'ye nedensellik vardır.)

## VERİ VE ÖN İSTATİSTİKLER

Çalışmada dünya piyasalarına ilişkin gelecekteki risk beklentisini yansıtan VIX endeksi ile hem BİST Ulusal 100 endeksi (XU100) hem de BİST'deki farklı sektörel endeksler arasındaki ilişkiler analiz edilecektir. Söz konusu sektörel endeksler; BİST Banka (XBANK), BİST Mali (XUMAL) ve BİST Teknoloji (XUTEK)'dir. Çalışma, 05.01.2010-22.06.2018 dönemini kapsamakta olup, çalışmada literatüre uyularak günlük veriler kullanılmıştır. VIX'in günlük kapanış değerleri CBOE'ya ait yasal internet adresinden, Türkiye borsasına ilişkin veriler ise Bloomberg veri terminalinden elde edilmiştir. Ayrıca söz konusu veriler doğal logaritmaları alınarak çalışmaya dahil edilmiştir. Ampirik bulgular EViews 9 ekonometri paket programı yardımıyla elde edilmiştir. Aşağıdaki Tablo 2'de çalışmada kullanılan verilere ilişkin tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır.

**Tablo 2:** VIX Endeksi ve BİST Sektörel Endekslere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

	LnVIX	LnXU100	LnXBANK	LnXUMAL	LnXUTEK
<b>Ortalama</b>	2.785497	11.22214	11.84217	11.53758	10.50294
<b>Medyan</b>	2.745988	11.23517	11.83134	11.53841	10.31243
<b>Maksimum</b>	3.871201	11.70227	12.20233	11.89750	12.02768
<b>Minimum</b>	2.212660	10.79424	11.44276	11.12691	9.534125
<b>Std. Sapma</b>	0.302594	0.200739	0.141607	0.152625	0.621656
<b>Çarpıklık</b>	0.746245	0.265321	0.050145	0.008471	0.605041
<b>Basıklık</b>	3.429369	2.611168	2.547963	2.620473	2.378743
<b>Jarque-Bera</b>	214.3560	38.46259	19.05436	12.82716	164.4416
<b>Olasılık</b>	0.000000	0.000000	0.000073	0.001639	0.000000
<b>Gözlem Sayısı</b>	2133	2133	2133	2133	2133

Yukarıdaki Tablo 2'ye göre BİST Ulusal 100 ve çalışmada kullanılan diğer BİST sektörel endekler, standart sapma yani risklilik açısından en yüksekte en düşüğe doğru sıralandığında, birinci BİST Teknoloji, ikinci BİST-100, üçüncü BİST Mali, sonuncu ve en az oynaklığa sahip sektör olarak da BİST Banka gelmektedir. Ancak ortalama getiri açısından sektörel endeksler tekrar sıralandığında en yüksek ortalama getiri BİST Banka, ikinci BİST Mali, üçüncü BİST-100 ve dördüncü yani en düşük ortalama getiriye sahip sektör ise BİST teknoloji sektörüdür. Burada en dikkat çeken özellik ise BİST Bankacılık sektörünün çalışma kapsamındaki diğer sektörler içerisinde en az riskli ancak en yüksek ortalama getiriye sahip sektör olması, diğer taraftan ise BİST Teknoloji sektörünün en riskli ve en düşük ortalama getiriye sahip olan sektör olmasıdır. Bunların dışında tablodan çıkarılabilecek önemli sonuçlardan biri de, elde edilen Jarque-Bera test istatistiğine ait olasılık değerinin 0.05'ten küçük olması nedeniyle çalışma kapsamındaki tüm endeks verilerinin normal dağılıma sahip olmamasıdır.

## AMPİRİK BULGULAR

Veriler ve verilere ait ön istatistiki bilgiler açıklandıktan sonra yöntemler bölümünde de açıklandığı gibi öncelikle serilere ilişkin birim kök testleri gerçekleştirilecektir. Birim kök testleri sonucu serilerin durağanlık derecelerinin belirlenmesi, aynı zamanda uygulanacak diğer test yöntemleri için de belirleyici olmaktadır.

### ADF ve PP Testleri İle Birim Kök Analizi

Çalışmamızda literatürde en çok kullanılan Genişletilmiş (Augmented) Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök test yöntemleri tercih edilmiştir. Aşağıda Tablo 3'te ADF ve PP birim kök test sonuçları yer almaktadır.

**Tablo 3: ADF ve PP Birim Kök Testi Sonuçları**

Değişkenler	ADF		PP	
	Sabitli	Sabitli ve Trendli	Sabitli	Sabitli ve Trendli
LnVIX	-4.28 [7]***	-5.40 [7]***	-5.27 [25]***	-6.72 [19]***
LnXU100	-1.76 [4]	-3.23 [3]	-1.79 [13]	-3.10 [11]
LnXBANK	-3.05 [1]	-3.16 [1]	-3.08 [15]	-3.20 [14]
LnXUMAL	-2.73 [3]	-3.40 [3]	-2.68 [14]	-3.29 [13]
LnXUTEK	-0.60 [2]	-1.89 [2]	-0.59 [2]	-2.00 [0]
$\Delta$ LnXU100	-22.96 [3]***	-22.95 [3]***	-47.33 [14]***	-47.32 [14]***
$\Delta$ LnXBANK	-48.34 [0]***	-48.34 [0]***	-48.49 [17]***	-48.48 [17]***
$\Delta$ LnXUMAL	-25.64 [2]***	-25.64 [2]***	-48.01 [16]***	-48.01 [16]***
$\Delta$ LnXUTEK	-34.54 [1]***	-34.53 [1]***	-45.19 [3]***	-45.18 [3]***

Not: \*\*\*, %1 anlamlılık düzeyini göstermektedir. Köşeli parantez içindeki değerler ADF testinde gecikme uzunluğunu, PP testinde de Newey-West ölçütü kullanılarak tespit edilmiş band genişliğini göstermektedir.

Bir zaman serisi modelinin kurulabilmesi için öncelikle serilerde durağanlığın sağlanması gerekmektedir. Bunu sağlamanın en temel yolu ise fark alma yöntemidir (Sevüktekin ve Çınar, 2014: 246). ADF ve PP birim kök testi sonuçları değerlendirildiğinde sadece VIX endeksi serisi %1 anlamlılıkta düzeyde durağan yani  $I(0)$ 'dır. Diğer BİST endeksleri ise %1 anlamlılıkta birinci farkları alındığında durağan yani  $I(1)$ 'dir.

### ARDL Sınır Testi Analizi

Değişkenlerle ilgili birim kök testleri gerçekleştirilip değişkenlerin durağanlık seviyeleri belirlendikten sonraki aşamada eşbütünleşme testi uygulanmaktadır. Seriler farklı düzeylerde durağan hale geldikleri için bu aşamada eşbütünleşme testlerinden ARDL sınır testi uygulanacaktır. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin belirlenmesi amacıyla kullanılacak olan sınır testi için oluşturulan kısıtsız hata düzeltme modeline ait sonuçlar aşağıda gösterilmektedir.

**Tablo 4: Her Bir Bağımlı Değişken İçin Ayrı Ayrı Oluşturulan ARDL Modellerine İlişkin Sonuçlar ve Bazı İstatistikler**

	Bağımlı Değişken			
	LnXU100 için ARDL(4,2)	LnXBANKA için ARDL(2,2)	LnXUMAL için ARDL(4,2)	LnXUTEK için ARDL(3,2)
R <sup>2</sup>	0.99	0.98	0.98	0.99
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	0.99	0.98	0.98	0.99
Model F İstatistiği	67965.33 [0.000000]	24717.97 [0.000000]	27895.40 [0.000000]	509460.7 [0.000000]
Otokorelasyon (LM)	0.745565 [0.4730]	0.433722 [0.6471]	0.634670 [0.5287]	0.867266 [0.4189]

Not: Parantez içindeki değerler her bir bağımlı değişken için oluşturulan uygun modeli, köşeli parantez içindeki değerler ise test istatistiklerine ilişkin olasılık (prob.) değerlerini göstermektedir.

Yukarıda Tablo 4’de en küçük AIC değerlerini veren modeller gösterilmiştir. Söz konusu modellere ait hata terimlerinin otokorelasyon sorununun olmaması gerekmektedir. Bu amaçla gerçekleştirilen Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test sonuçları da Tablo 4’de gösterilmiş ve modellere ait hata terimlerinin otokorelasyon sorununun olmadığı belirlenmiştir. Modellere ait hata terimlerinde otokorelasyon sorununun olmadığı belirlenmesinin ardından sınır testi uygulamasına geçilmektedir. Bu amaçla oluşturulan modellere ait hesaplanan F istatistik değerleri aşağıda Tablo 5’de her bir model için gösterilmektedir. Sınır testi sonucu elde edilen F istatistikleri, Pesaran vd. (2001) tarafından oluşturulan ve aşağıda Tablo 6’da gösterilen değerlerle karşılaştırılmaktadır.

**Tablo 5: Modeller İçin Hesaplanan F İstatistik Değerleri**

	LnXU100 için ARDL(4,2)	LnXBANKA için ARDL(2,2)	LnXUMAL için ARDL(4,2)	LnXUTEK için ARDL(3,2)
<b>F İstatistiği</b>	4.20	5.32	5.70	5.12
<b>k</b>	1	1	1	1

Not: k, her bir modeldeki bağımsız değişken sayısını göstermektedir.

**Tablo 6: Sınır Testi Alt ve Üst Kritik Değerleri**

%10		%5		%2,5		%1	
Anlamlılık Düzeyi	Anlamlılık Düzeyi	Anlamlılık Düzeyi	Anlamlılık Düzeyi	Anlamlılık Düzeyi	Anlamlılık Düzeyi	Anlamlılık Düzeyi	Anlamlılık Düzeyi
I(0)	I(1)	I(0)	I(1)	I(0)	I(1)	I(0)	I(1)
3.02	3.51	<b>3.62</b>	<b>4.16</b>	4.18	4.79	4.94	5.58

**Kaynak:** Pesaran, M. H., Shin, Y. ve Smith, R. J. (2001). Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationship. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), s. 300.

Bütün modeller için hesaplanan F istatistik değerleri %5 anlamlılık düzeyinde Tablo 6’da yer alan üst kritik değerlerden büyük olduğu için “eşbütünleşme yoktur” şeklindeki  $H_0$  hipotezi reddedilmekte, sonuç olarak VIX endeksinin, BİST Ulusal 100, BİST Banka, BİST Mali ve BİST Teknoloji endekslerinin her biriyle aralarında eşbütünleşme ilişkisinin bulunduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığının tespit edilmesinden sonraki aşamada bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkiler incelenmelidir. Çalışmada kullanılan değişkenlere ait uzun dönem ilişki katsayıları ve denklemi ile uzun dönem katsayılarının istikrarı için gerçekleştirilen CUSUM testlerine ilişkin sonuçlar da aşağıda gösterilmektedir. İlk önce LnXU100 ve LnVIX arasındaki uzun dönem ilişki katsayıları ve denklemi aşağıda Tablo 7’de, elde edilen katsayıların istikrarlı olup olmadığı için gerçekleştirilen CUSUM testi sonuçları da Şekil 1’de gösterilmiştir.

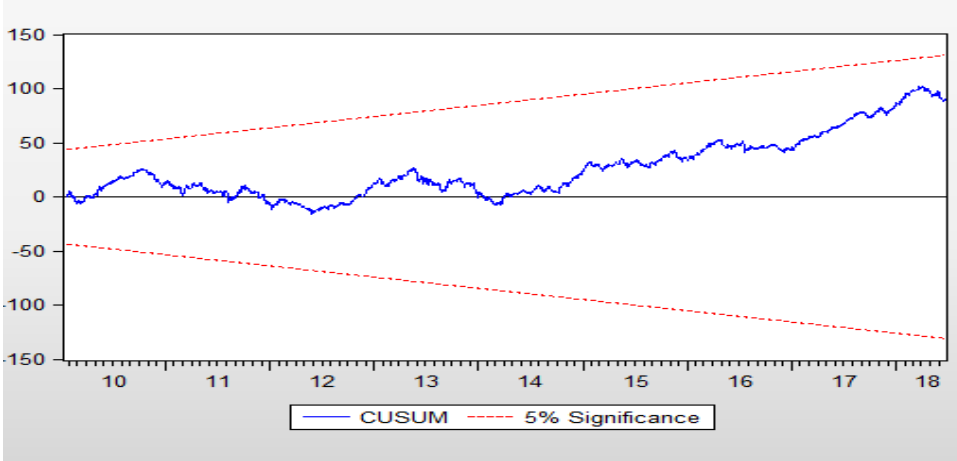


**Tablo 7:** LnXU100 ve LnVIX Arasındaki Uzun Dönem İlişki Katsayıları ve Denklemi

Değişken	Katsayı	Standart Hata	t-İstatistik	Olasılık
LnVIX	-0.647524	0.170391	-3.800217	0.0001
C	13.065532	0.481717	27.122862	0.0000

$LN XU100 = -0.6475 * LN VIX + 13.0655$

**Şekil 1:** CUSUM Testi Sonuçları (LnXU100 ve LnVIX)



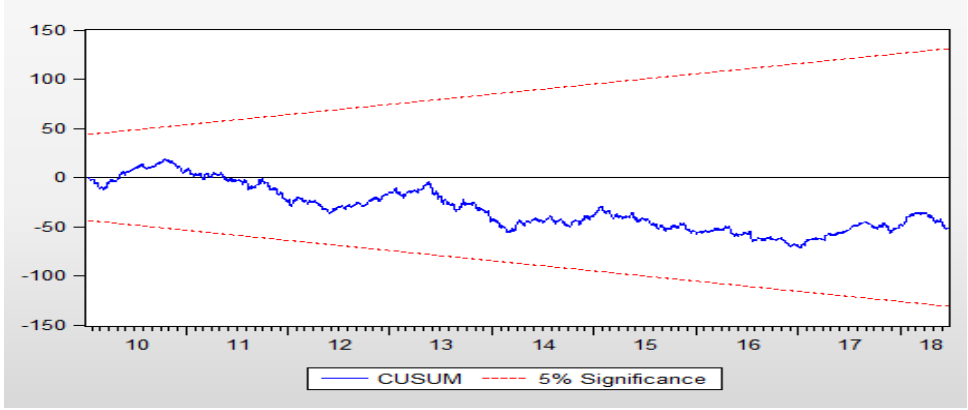
LnXU100 ve LnVIX arasındaki uzun dönem ilişki modeli için elde edilen katsayıların istatistiksel olarak anlamlı, katsayıların istikrarı için uygulanan CUSUM testi sonuçlarına göre de çizgiler %5 güven aralıkları içinde kaldığı için uzun dönem ilişki katsayıları istikrarlıdır. Elde edilen uzun dönem katsayılarına göre LnVIX'deki %1'lik artış LnXU100'ü yaklaşık %0,65 oranında azaltmaktadır.

LnXBANKA ve LnVIX arasındaki uzun dönem ilişki katsayıları ve denklemi aşağıda Tablo 8'de, elde edilen katsayıların istikrarlı olup olmadığının tespiti için gerçekleştirilen CUSUM testi sonuçları Şekil 2'de gösterilmiştir.

**Tablo 8:** LnXBANK ve LnVIX Arasındaki Uzun Dönem İlişki Katsayıları ve Denklemi

Değişken	Katsayı	Standart Hata	t-İstatistik	Olasılık
LnVIX	-0.359525	0.110287	-3.259917	0.0011
C	12.846168	0.308997	41.573780	0.0000

$LN XU100 = -0.3595 * LN VIX + 12.8462$

**Şekil 2:** CUSUM Testi Sonuçları (LnXBANK ve LnVIX)

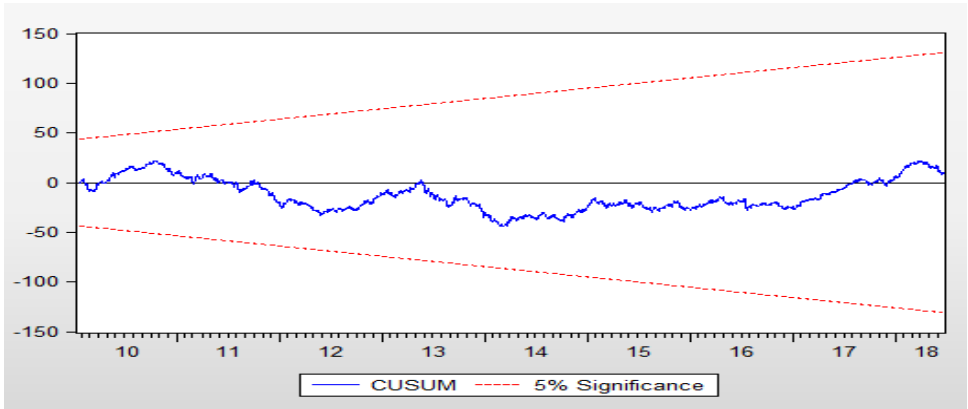
LnXBANK ve LnVIX arasındaki uzun dönem ilişki modeli için elde edilen katsayıların istatistiksel olarak anlamlı, katsayıların istikrarı için uygulanan CUSUM testi sonuçlarına göre de çizgiler %5 güven aralıkları içinde kaldığı için uzun dönem ilişki katsayıları istikrarlıdır. Elde edilen uzun dönem katsayılarına göre LnVIX'deki %1'lik artış LnXBANK'ı %0,36 oranında azaltmaktadır.

LnXUMAL ve LnVIX arasındaki uzun dönem ilişki katsayıları ve denklemini aşağıda Tablo 9'da, elde edilen katsayıların istikrarlı olup olmadığının tespiti için gerçekleştirilen CUSUM testi sonuçları Şekil 3'de gösterilmiştir.

**Tablo 9:** LnXUMAL ve LnVIX Arasındaki Uzun Dönem İlişki Katsayıları ve Denklemi

Değişken	Katsayı	Standart Hata	t-İstatistik	Olasılık
LnVIX	-0.421611	0.102151	-4.127352	0.0000
C	12.722311	0.286694	44.375893	0.0000

$LN XU100 = -0.4216 * LN VIX + 12.7223$

**Şekil 3:** CUSUM Testi Sonuçları (LnXUMAL ve LnVIX)

LnXUMAL ve LnVIX arasındaki uzun dönem ilişki modeli için elde edilen katsayıların istatistiksel olarak anlamlı, katsayıların istikrarı için uygulanan CUSUM testi sonuçlarına göre de çizgiler %5 güven aralıkları içinde kaldığı için uzun dönem ilişki katsayıları istikrarlıdır. Elde edilen uzun dönem katsayılarına göre LnVIX'deki %1'lik artış LnXUMAL'ı %0,42 oranında azaltmaktadır.

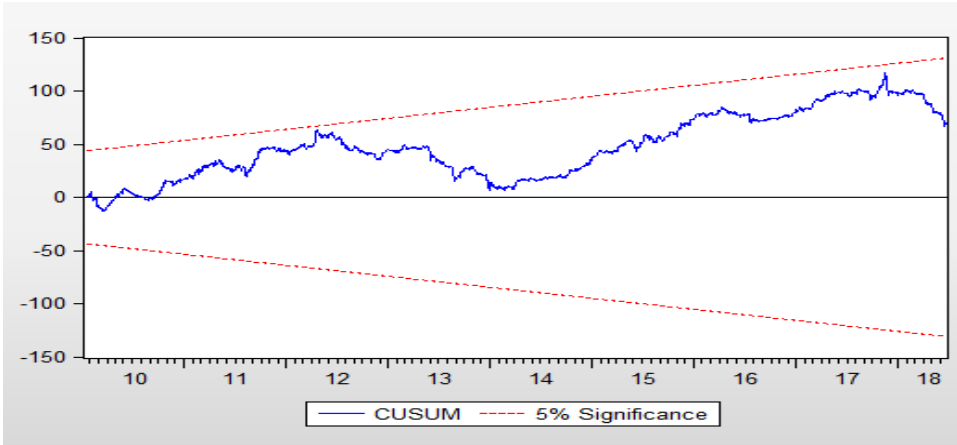
Son olarak LnXUTEK ve LnVIX arasındaki uzun dönem ilişki katsayıları ve denklemini aşağıda Tablo 10'da, elde edilen katsayıların istikrarlı olup olmadığının tespiti için gerçekleştirilen CUSUM testi sonuçları Şekil 4'de gösterilmiştir.

**Tablo 10:** LnXUTEK ve LnVIX Arasındaki Uzun Dönem İlişki Katsayıları ve Denklemi

Değişken	Katsayı	Standart Hata	t-İstatistik	Olasılık
LnVIX	-3.016396	1.202623	-2.508181	0.0122
C	19.494749	3.566537	5.466016	0.0000

$$\text{LN XU100} = -3.0164 * \text{LN VIX} + 19.4947$$

**Şekil 4:** CUSUM Testi Sonuçları (LnXUTEK ve LnVIX)



LnXUTEK ve LnVIX arasındaki uzun dönem ilişki modeli için elde edilen katsayıların istatistiksel olarak anlamlı, katsayıların istikrarı için uygulanan CUSUM testi sonuçlarına göre de çizgiler %5 güven aralıkları içinde kaldığı için uzun dönem ilişki katsayıları istikrarlıdır. Elde edilen uzun dönem katsayılarına göre LnVIX'deki %1'lik artış LnXUTEK'i yaklaşık %302 oranında azaltmaktadır.

### Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi

Daha önce yapılan birim kök testi sonuçlarına göre çalışmada kullanılan değişkenlerden LnVIX serisi düzeyde durağan iken, diğer değişkenlerin birinci farklarında durağan oldukları belirlenmiştir. Değişkenler aynı seviyede du-

rağın olmadıkları için değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi Toda-Yamamoto nedensellik testi ile incelenecektir. Yöntem kısmında da açıklandığı gibi bu test için öncelikle değişkenlerin uygun gecikme seviyesi (p) ve maksimum bütünleşme derecesi ( $d_{max}$ ) belirlenmelidir. Değişkenler için uygun gecikme seviyesi (p), AIC bilgi kriteri kullanılarak VAR yöntemi ile 12 olarak belirlenmiş, ayrıca bulunan gecikme uzunluğunda otokorelasyon sorununun olmadığı görülmüştür. Serilerin maksimum bütünleşme derecesi de birim kök test sonuçlarına göre ( $d_{max}$ ) 1 olarak belirlenmiştir. Daha sonra gerçekleştirilen Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçlarına göre elde edilen bulgular aşağıda Tablo 11’de gösterilmektedir.

**Tablo 11:** Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları

Nedenselliğin Yönü	Olasılık Değeri	Sonuç
LnVIXàLnXU100	0.0006***	Granger nedensellik vardır
LnXU100àLnVIX	0.1072	Granger nedensellik yoktur
LnVIXàLnXBANKA	0.0894*	Granger nedensellik vardır
LnXBANKAàLnVIX	0.2759	Granger nedensellik yoktur
LnVIXàLnXUMAL	0.0197**	Granger nedensellik vardır
LnXUMALàLnVIX	0.7858	Granger nedensellik yoktur
LnVIXàLnXUTEK	0.0087***	Granger nedensellik vardır
LnXUTEKàLnVIX	0.5948	Granger nedensellik yoktur

**Not:** à işareti nedenselliğin yönünü göstermektedir. \*\*\*, \*\* ve \* sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Tablo 11’deki sonuçlara göre LnVIX endeksinden LnXU100, LnXBANKA, LnXUMAL ve LnXUTEK endekslerine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Daha önce açıklandığı gibi VIX endeksi, S&P 500 endeksi esas alınarak hesaplanmaktadır. S&P 500 endeksinden ise gelişen hisse senedi piyasalarına doğru nedenselliğin varlığına ilişkin bulgular, çeşitli çalışmalarda ortaya çıkarılmıştır (Ozdemir, Olgun ve Saraçoğlu, 2009; Lahrech ve Sylwester, 2011). Bu yüzden VIX endeksinden de Türkiye gibi gelişmekte olan piyasalara doğru nedensellik ilişkisinin olması, beklentilerle uyumlu bir durumdur.

## SONUÇLAR ve GENEL DEĞERLENDİRME

VIX endeksi, tüm dünyada menkul kıymet piyasalarının gelecekteki beklenen hareketlerinin tahmini için gösterge olarak kullanılan önemli bir endekstir. 1993 yılından itibaren hesaplanmaya başlanan VIX endeksi, Şikago Opsiyon Borsası tarafından hesaplanan, S&P 500 endeksini temel alan ve 22 gün vadeli alım-satım opsiyonlarının oynaklıklarından meydana getirilen modelsiz bir

endekstir. Endeksin modelsiz olması ile kastedilen; tahminlere dayalı olarak geçmişteki volatilitenin bir dereceye kadar düzleştirilmesi şeklinde oluşturulan model bazlı volatilitenin tahminlerinin aksine endeks, piyasada öngörülen bir volatilitenin tahmini olup, modele dayalı bir tahminin yapamayacağı bilgileri yansıtmaya potansiyeline sahiptir. Endeksin yükselmesi, piyasadaki volatilitenin beklentisinin de yükseleceğini, endeksin düşmesi piyasadaki volatilitenin beklentisinin de düşeceğini ifade etmektedir. VIX endeksi, yatırımcıların yatırım davranışlarına yön verebilmekte, yatırımcı davranışları da piyasaları şekillendirebilmektedir. Aynı zamanda endeks, genellikle piyasa riskinin bir ölçüsü olarak kullanıldığı için birçok varlık fiyatlandırma modelinde kullanılabilir.

Bu çalışmanın amacı, VIX endeksi ile BİST Ulusal 100 endeksi ve BİST sektörel endeksler (Banka, Mali ve Teknoloji) arasındaki eşbütünlük ve nedensellik ilişkilerinin araştırılmasıdır. Çalışmada 05.01.2010-22.06.2018 tarihleri arasındaki dönem için literatüre uyularak günlük veriler kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki eşbütünlük ilişkilerinin analizinde, değişkenlerin farklı seviyelerde durağanlığa sahip olması nedeniyle ARDL sınır testi kullanılmıştır. Yine değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerinin analizinde de, farklı seviyelerde durağanlığa sahip olan serilerin analizine imkan sağlayan Toda-Yamamoto nedensellik testi uygulanmıştır.

Çalışmadan elde edilen eşbütünlük testi sonuçlarına göre, VIX endeksi ile BİST Ulusal 100 (XU100), BİST Banka (XBANK), BİST Mali (XUMAL) ve BİST Teknoloji (XUTEK) endeksleri arasında uzun dönemli istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Elde edilen eşbütünlük bulguları literatürde yer alan Kaya, Güngör ve Özçomak (2014) ile Kaya (2015) çalışma sonuçlarıyla uyumludur. Değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkisine göre; VIX endeksindeki %1'lik bir artış, BİST Ulusal 100 endeksini yaklaşık %0.65, BİST Banka endeksini yaklaşık %0.36, BİST Mali endeksini yaklaşık %0.42 ve BİST Teknoloji endeksini yaklaşık %302 oranında düşürmektedir. Uzun dönem katsayılarından elde edilen bu sonuçlara göre VIX endeksinden çalışmaya dahil edilen sektörler arasında en çok etkilenen sektör BİST Teknoloji sektörüdür. Çalışmada son olarak gerçekleştirilen Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçlarına göre ise, VIX endeksinden XU100, XBANK, XUMAL ve XUTEK endekslerine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Elde edilen bu sonuç hem teorik beklentilerle hem de literatürde yer alan tüm çalışma sonuçlarıyla örtüşmektedir. Çalışmanın sonuçları hem karar alıcılara hem de yatırımcılara yönelik önemli bilgiler sağlamaktadır.

Yapılacak gelecek çalışmalarda, çalışmaya dahil edilmeyen diğer BİST sektörleri de dahil edilerek, bu sektörlerle VIX endeksi arasındaki eşbütünlük ve nedensellik ilişkileri araştırılabilecektir. Ayrıca söz konusu sektörlerin VIX

endeksinden etkilenme düzeylerine ilişkin önemli bilgiler de elde edilebilecektir. Yine çalışmaya diğer gelişmekte olan ülke hisse senedi piyasaları da dahil edilerek, benzer özelliklere sahip ülkelerin VIX endeksinden etkilenme düzeyleri karşılaştırılabilecektir. Bunun yanında diğer test yöntemleri de uygulanabilecektir.

## KAYNAKÇA

- Banerjee, A. ve Kumar, R. (2011). Realized Volatility and India VIX. Working Paper, Indian Institute of Management Calcutta, No. 688.
- Becker, R., Clements, A. E. ve McClelland, A. (2009). The Jump Component of S&P 500 Volatility and the VIX Index. *Journal of Banking & Finance*, 33 (6) 1033-1038.
- CBOE (2018). Chicago Board of Exchange. 25.06.2018 tarihinde <http://www.cboe.com/products/vix-index-volatility/vix-options-and-futures/vix-index/vix-historical-data> adresinden erişildi.
- Corrado, C. J. ve Miller, J. T. W. (2005). The Forecast Quality of CBOE Implied Volatility Indexes. *Journal of Futures Markets*, 25 (4), 339-373.
- Çil Yavuz, N. (2015). *Finansal Ekonometri*. Der Yayınları, İstanbul.
- Dickey, D. A. ve Fuller, W. A. (1981). Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series with A Unit Root. *Econometrica*, 49(4), 1057-1072).
- Dikmen, N. (2012). *Ekonometri: Temel Kavramlar ve Uygulamalar*. Bursa: Dora Yayıncılık.
- Emna, R. ve Myriam, C. (2017). Dynamics of the Relationship between Implied Volatility Indices and Stock Prices Indices: The Case of European Stock Markets. *Asian Economic and Financial Review*, 7 (1), 52-62.
- Engle, R. F. ve Granger, C. W. J. (1987). Co-integration and Error Correction: Representation, Estimation and Testing. *Econometrica*, 55 (2), 251-276.
- Erdoğan, H. ve Baykut, E. (2016). BİST Banka Endeksi'nin (XBANK) VIX ve MOVE Endeksleri ile İlişkinin Analizi. *Bankacılar Dergisi*, 98, 57-72.
- Fernandes, M., Medeiros, M. C. ve Scharth, M. (2013). Modeling and Predicting the CBOE Market Volatility Index. Sao Paulo Schools of Economics, Working Paper 342, Ceqef No: 10.
- Giot, P. (2005). On the Relationships between Implied Volatility Indices and Stock Index Returns. *The Journal of Portfolio Management*, 31(3), 92-100.
- Granger, C. W. J. (1969). Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross-Spectral Methods. *Econometrica*, 37 (3), 424-438.
- Gujarati, D. (2015). *Örneklerle Ekonometri (N. Bolatoğlu, Çev.)*. Ankara: BB101 Yayınları.
- İskenderoğlu, Ö. ve Akdağ, S. (2018). VIX Korku Endeksi ile Çeşitli Ülkelerin Hisse Senedi Endeks Getirileri Arasında Bir Nedensellik Analizi. 2. *International Economic Research and Financial Markets Congress: 12-13-14 Nisan 2018 – Cappadocia: Bildiriler (489-505)*.



- Johansen, S. (1988). Statistical Analysis of Cointegrating Vectors. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12 (2-3), 231-254.
- Jung, Y. (2016). Relative Performance of VIXC vs. GARCH in Predicting Realized Volatility Changes. *Investment Analyst Journal*, 45 (1), 1-16.
- Kaya, A. ve Çoşkun, A. (2015). VIX Endeksi Menkul Kıymet Piyasalarının Bir Nedeni Midir? Borsa İstanbul Örneği. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16 ( 1), 175-186.
- Kaya, A., Güngör, B. ve Özçomak, M. S. (2014). Is VIX Indeks a Fear Indeks for Investors? OECD Countries Stock Exchange Example with ARDL Approach. *Proceedings of the First Middle East Conference on Global Business, Economics, Finance and Banking (ME14 DUBAI Conference) Dubai, 10-12 October 2014*.
- Kaya, E. (2015). Borsa İstanbul (BIST) 100 Endeksi ile Zimni Volatilite (VIX) Endeksi Arasındaki Eş-Bütünleşme ve Granger Nedensellik. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17 (28), 1-6.
- Konstantinidi, E, Skiadopoulos, G ve Tzagkaraki, E. (2008). Can The Evolution of Implied Volatility Be Forecasted? Evidence from European and US Implied Volatility Indices. *Journal of Banking & Finance*, 32 (11), 2401-2411.
- Korkmaz, T. ve Çevik, E. İ. (2009). Zimni Volatilite Endeksinden Gelişmekte Olan Piyasalara Yönelik Volatilite Yayılma Etkisi. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 3 (2), 87-105.
- Kula, V. ve Baykut, E. (2017). Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksi (XKURY) İle Korku Endeksi (Chicago Board Options Exchange Volatility Index-VIX) Arasındaki İlişkinin Analizi. *AKÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19 (2), 27-37.
- Lahrech, A. ve Sylwester, K. (2011). U.S. and Latin American Stock Market Linkages. *Journal of International Money and Finance*, 30 (7), 1341-1357.
- Lee, B. S. ve Ryu, D. (2013). Stock Returns and Implied Volatility: A New VAR Approach. *Economics E-Journal*, 7 (3), 1-20.
- MacKinnon, J. G. (1996). Numerical Distribution Functions for Unit Root and Cointegration Tests. *Journal of Applied Econometrics*, 11 (6), 601-618.
- Ozair, M. (2014). What does the VIX Actually Measure: An Analysis of the Causation of SPX and VIX. *ACRN Journal of Finance and Risk Perspectives*, 3 (2), 83-132.

- Ozdemir, Z. A., Olgun, H. ve Saracoglu, B. (2009). Dynamic Linkages between The Center and Periphery in International Stock Markets. *Research in International Business and Finance*, 23 (1), 46-53.
- Pesaran, M. H., Shin, Y. ve Smith, R. J. (2001). Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationship. *Journal of Applied Econometrics*, 16 (3), 289-326.
- Phillips, P. C. B. ve Ouliaris, S. (1990). Asymptotic Properties of Residual Based Tests for Cointegration. *Econometrica*, 58 (1), 165-193.
- Phillips, P. C. B. ve Perron, P. (1988). Testing for a Unit Root in Time Series Regression. *Econometrica*, 75 (2), 335-346.
- Poon, S-H. ve Granger, C. W. J. (2003). Forecasting Volatility in Financial Markets: A Review. *Journal of Economic Literature*, 41 (2), 478-539.
- Sarwar, G. ve Khan, W. (2017). The Effect of US Stock Market Uncertainty on Emerging Market Returns. *Emerging Markets Finance and Trade*, 53 (8), 1796-1811.
- Sevüktekin, M. ve Çınar, M. (2014). *Ekonometrik Zaman Serileri Analizi: Eviews Uygulamalı*. Bursa: Dora Yayıncılık.
- Shaikh, I. ve Padhi, P. (2014). The Implied Volatility Index\_Is 'investor fear gauge' or 'forward-looking'?. *Borsa İstanbul Review*, 15 (1), 44-52.
- Tarı, R. (2014). *Ekonometri*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Toda, H. Y. ve Yamamoto, T. (1995). Statistical Inference in Vector Autoregressions with Possibly Integrated Processes. *Journal of Econometrics*, 66 (1-2), 225-250.



# NİTEL ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİNİN SAĞLIK HİZMETLERİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

## Investigation of Qualitative Research Methods in The Context of Health Services

Gönderim Tarihi: 07.03.2018

Kabul Tarihi: 23.10.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492455

Seda SÖNMEZ\*  
Gülner İLGÜN\*\*

**ÖZ:** Nitel araştırma yöntemleri gerçek hayatta karşılaşılan olayları, sorunları sayısal verilere dayalı olarak değil, yorumlara dayalı olarak açıklamaya çalışan yöntemlere verilen genel bir isimdir. Nitel araştırmaların uygulanmasında kendine özgü takip edilecek aşamalar bulunmaktadır. Bu nedenle nitel araştırmalarda uygulanacak metodoloji ile nicel araştırmalarda uygulanacak olan metodoloji farklılık göstermektedir. Nitel araştırma yöntemleri sosyal bilimlerin çoğu alanında sıklıkla kullanılmakla birlikte son yıllarda sağlık alanında da kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle de sağlık hizmeti sunumuyla ilgili karşılaşılan problemlerin anlaşılması ve çözülmesinde nitel araştırmalar sağlık hizmeti sunucularına önemli ipuçları sunmaktadır. Ayrıca Sağlık hizmetlerinin kendine has özellikleri göz önünde bulundurulduğunda nitel araştırma yöntemlerinin sağlık hizmetleri alanında kullanılması önemli yararlar sağlamaktadır. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı nitel araştırmalara ve bu araştırmaların uygulanmasına ilişkin bilgiler sunmaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Nitel Araştırma Yöntemleri, Sağlık, Sağlık Hizmetleri.

**ABSTRACT:** Qualitative research methods are a generic name given to methods that try to explain events in real life based on interpretations, not based on numerical data. The implementation of qualitative research has its own specific follow-up stages. For this reason, the methodology to be applied in qualitative research and the methodology to be applied in quantitative research are different. Qualitative research methods have been used frequently in many areas of social sciences, but they have also been used in the health field in recent years. Qualitative research in understanding and resolving the problems associated with health service provision in particular offers important clues to health service providers. In addition, the use of qualitative research methods in the field of health care provides important benefits when specific characteristics of health services are considered. From here it is aimed at presenting the qualitative researches of this study and the application of these researches.

**Keywords:** Qualitative Research Methods, Health, Health Services.

\* Arş. Gör., Kırıkkale Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Fakültesi/Sağlık Yönetimi Bölümü, sedakaya@kku.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-8773-6007.

\*\* Arş. Gör., Hacettepe Üniversitesi/İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/Sağlık Yönetimi Bölümü, gelnurharmanci@hacettepe.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0003-0128-4001.

## GİRİŞ

Sağlık sektöründe özellikle son dönemlerde teknolojinin gelişmesi, nüfusun yaşlanması ve kronik hastalıkların artış göstermesi ve dolayısıyla sağlık harcamalarının da yükselmesi gibi devamlı olarak yaşanan değişimlere uyum sağlayabilmek ve ortaya çıkan tehditleri birer fırsata dönüştürmek adına sağlık politikacıları ve planlayıcılar yeni girişimlerde bulunmaktadır. Bu girişimlerin uygulamaya geçirilmesi öncesinde ne gibi hazırlıkların yapılması gerektiği, uygulanma aşamasında hangi durumlar ile karşılaşacağı ve uygulandıktan sonra nasıl ve ne ölçüde düzenlemelerin yapılması gerektiğine ilişkin bilgilerin edinilmesi aşamasında günümüzde artık nicel araştırmalar tek başına yeterli olamamaktadır. Nicel araştırmalarda her ne kadar konunun boyutuna ilişkin bir bilgiye sahip olursa da konunun derinliğine ve arkasında var olan nedenlere ilişkin bir bilgiye ulaşılamamaktadır. Diğer taraftan konunun boyutuna ilişkin öncesinde herhangi bir bilgi mevcut olmadığı durumlarda da yeni girişimlerin nasıl uygulanacağına ilişkin bir boşluk ortaya çıkmaktadır.

Nicel araştırmalar ile eksik kalan bu yönlerin nitel araştırmalar ile desteklenerek tamamlanması ve böylece uygulanan girişimlerden daha iyi sonuçlar elde edilebileceği ifade edilmektedir. Çünkü nicel ve nitel araştırmaların birlikte kullanımı daha güçlü bilgi sağlarken, bu araştırma yöntemlerinin tek başlarına kullanımı aynı güçlü etkiyi sağlamada çoğu zaman yeterli olamamaktadır. Ancak nitel araştırmaların sağlık sektörü gibi karmaşık yapıya sahip, birbirinden farklı uzmanlık alanlarının bulunduğu bir hizmet sektöründe uygulanması her zaman kolay olmamaktadır. Ayrıca nitel araştırmaların nicel araştırmalardan farklı olarak uygulanırken dikkat edilmesi gereken oldukça farklı ve önemli aşamaları bulunmaktadır. Bu çalışma ile de nitel araştırmalara ve bu araştırmaların uygulanmasına ilişkin bilgi vermek amaçlanmıştır.

Çalışmanın amacına yönelik olarak ilk bölümde nitel araştırmaların ne anlama geldiğine dair bir giriş yapılmış ve nitel araştırmalar ile nicel araştırmalar arasındaki farklardan, nitel araştırmaların güçlü ve zayıf yönlerinden, nitel araştırmalarda kullanılan örnekleme yöntemlerinden, nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirlik konularından ve nitel araştırmalarda etik konusundan bahsedilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde nitel araştırmalarda kullanılan araştırma yöntemlerinden ve üçüncü bölümde de nitel araştırmalarda kullanılan veri toplama yöntemlerinden bahsedilmiştir. Sonuç olarak nitel araştırmaların nicel araştırmalar ile birlikte kullanılarak ilgili konuya ilişkin daha derinlemesine ve daha güçlü bilgiler edinilebileceği ifade edilmiştir.

## NİTEL ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde nitel araştırmaların amacı, nitel araştırmalar ile nicel araştırmalar arasındaki farklar, nitel araştırmaların güçlü ve zayıf yönleri, nitel araştırmalarda kullanılan örnekleme yöntemleri, nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenirlik ve nitel araştırmalarda etik konusu ile ilgili genel bilgilere yer verilmiştir.

### Nitel Araştırma Nedir?

Nitel araştırmaların amacı sosyal yaşamın belirli bir bölümünü ele alarak incelemektir. Başka bir ifade ile nitel araştırmalar, bireylerin ya da toplumun belirli bir konuya ilişkin eğilimlerini ve deneyimlerini anlamaya çalışmaktadır. Bunun için de bir olguya ilişkin nicel araştırmalar “kaç tane” ve “ne kadar” sorularına cevap ararken nitel araştırmalar “ne”, “nasıl” ve “neden” sorularını yöneltir. Eğer araştırmacının yapılmasındaki amaç bir olguya ilişkin bireylerin ya da toplumun algısını ve deneyimlerini incelemek ise, nitel araştırmaların kullanılması daha uygun olmaktadır. Dolayısıyla nitel araştırmalar bu değerlendirmeleri yaparken sayılar yerine kelimeleri kullanmaktadır (McKusker ve Günaydın, 2015: 537).

Nitel araştırmalar iki durumda kullanılabilirler. Birincisi eğer konuya ilişkin sayısal bir bilgi mevcut ama olayların neden o şekilde gelişmiş olduğuna dair bir ipucu yoksa nitel araştırmaların olayların arkasındaki sebepleri öğrenmek için kullanılabilmesidir. İkincisi ise eğer konuyla ilgili bir araştırma yapılmak isteniyor ancak araştırmaya nereden ve nasıl başlanması gerektiği bilinmiyorsa nitel bir araştırma ile konuya ilişkin bir fikir edinilip ardından yapılması planlanan araştırmacının gerçekleştirilmesi gerektiği durumlarda kullanılmaktadır (Gelling, 2015: 43). Örneğin, Rotchford ve diğerlerinin (2002) KwaZulu-Natal bölgesinin kırsal kesimlerinde yapmış oldukları araştırmada o bölgede yaşayan görme yetisinin önemli bir kısmını kaybetmiş katarakt hastalarının birçoğunun ameliyat olup bu yetilerini tekrar kazanmaları için geliştirilen programa katılmadıklarını fark etmişlerdir. Ancak bu programa neden katılmadıkları ile ilgili bir bilgileri olmadığı için bu hastalar ile görüşme yöntemini kullanarak bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmacının sonucunda hastaların kabileler halinde yaşamalarından dolayı bakımlarının diğer kabile üyeleri tarafından sağlandığı, görme yetisini kaybetmenin yaşlanmanın doğal bir etkisi olarak görmeleri ve ameliyat olduklarında öleceklerini düşünmelerinden dolayı bu programa katılmadıklarını keşfetmişlerdir.

Nitel araştırmalar kavramdan da anlaşıldığı gibi elde edilen bulguların istatistiksel teknikler ile değil, bireylerin ya da toplumların belirli bir konuya ilişkin görüşlerini ve deneyimlerini ifade ettikleri kelimeler kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Ancak bazı durumlarda ilgili veriler gözlem ve görüşme yapmak

gibi nitel teknikler ile toplansa da tüm bu verilerin yorumlanması için kelimelerin kodlanmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Kodlanan bu kelimeler ile de nicel birtakım analizler yardımıyla bulgular yorumlanmaktadır fakat bu durum nitel araştırma kavramına ters düşmektedir. Ayrıca nitel araştırmalardan elde edilen bulguların yorumlanması kişiden kişiye farklılık göstermesinden dolayı çoğu zaman karmaşık hale gelebilmektedir. Nitel araştırmaların uygulanmasında her ne kadar zorluklar yaşansa da konuya ilişkin elde edilen bilgilerin derinliği başka bir araştırma yöntemi ile elde edilememektedir (Strauss ve Corbin, 1990: 11).

Sağlık hizmetlerinde ve sağlık politikası araştırmalarında nitel araştırma yöntemleri özellikle değişimin hızlı olarak yaşanması ve insanın önemli bir faktör olmasından dolayı önemli bir yere sahiptir (Khankeh vd., 2015: 635). Nitel araştırmaların değeri sağlık sektöründe her ne kadar artış gösterse de değerlendirmelerin öznel olması ve uygulamaya ilişkin zorlukların mevcut olmasından dolayı dikkatle kullanılması gereken bir araştırma yöntemidir (O'Brien vd., 2014: 1245).

### **Nitel ve Nicel Araştırmalar Arasındaki Farklar**

Nitel ve nicel araştırmalar arasındaki temel fark esasında cevap aradıkları sorularda ortaya çıkmaktadır. Nitel araştırmalar ne, neden ya da nasıl olmak üzere örneğin "Bazı diyabet hastaları diyabet ile ilgili komplikasyonlar yaşamalarına rağmen neden beslenme düzenlerine dikkat etmezler?" gibi sorulara cevap aramaktadır. Bu soruya nicel araştırma yöntemlerini kullanarak ve istatistiksel analizler yaparak yaşlı diyabet hastalarının genç diyabet hastalarına göre beslenme düzenleri ile ilgili daha fazla şikâyetle buldukları gibi bir sonuca ulaşabiliriz. Ancak altında yatan nedenleri bulmak için ve hatta diyabet hastalarının yaşadıklarını tecrübe ederek konuya ilişkin daha derinlemesine bilgi sahibi olmak için nitel araştırma yöntemlerini kullanmamız gerekecektir. Hastalar ile yapılan derinlemesine görüşmeden sonra yaşlı bireylerin beslenme düzenine uygun menüleri hazırlamakta zorlanması ya da diyabet hastalığını yaşlılığın getirmiş olduğu doğal bir komplikasyon olarak düşünmeleri neden olarak ortaya çıkabilir (Lacey ve Luff, 2009: 5). Nitel ve nicel araştırmalar arasındaki diğer farklılıklara ise aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.



**Tablo 1:** Nitel ve Nicel Araştırmalar Arasındaki Farklar

Nitel Araştırmalar	Nicel Araştırmalar
Belirli bir olguya ilişkin algı ve deneyimi inceler	Belirli bir olguya ilişkin hipotezler kurulur ve test edilir
Yapılan yorumlar öznelidir	Yapılan yorumlar nesnelidir
Sonuçlar genellenemez	Sonuçlar genellenebilir
Bulgular yorumlanırken kelimeler kullanılır	Bulgular yorumlanırken sayılar kullanılır
Olasılıklı olmayan örnekleme yöntemleri kullanılır	Çoğunlukla olasılıklı örnekleme yöntemleri kullanılır
Araştırma sorusu açık uçludur	Araştırma sorusu çoğunlukla kapalı uçludur
Araştırmacı bulguların yorumlanmasında bir araçtır	Araştırmacı çalışmayı hazırlayıcı rolündedir
Elde edilen veriler zengin ve derindir	Elde edilen veriler güçlü ve güveniliridir

**Kaynak:** Barnham, 2015: 837-839; Kuş, 2012: 116 kaynaklarından uyarlanmıştır.

Tabloda da görüldüğü gibi nitel ve nicel araştırmalar arasında oldukça önemli farklılıklar bulunmaktadır. Bu nedenle literatürde birbirleri yerine kullanılacak alternatif araştırmalar olmaktan ziyade birbirlerini tamamlayıcı araştırmalar olarak ifade edilmektedir.

### Nitel Araştırmalarda Örnekleme

Nitel araştırma kavramı ve yapılma amacı dikkate alındığında örnekleme yöntemi olarak amaçlı örnekleme yöntemlerinin kullanılması gerektiği belirtilmektedir. Amaçlı örnekleme yöntemleri seçilmiş olan birey ya da grupların deneyimlerini ve algılarını ya da bir kavramın geliştirilmesini kapsayan araştırma tasarımları için kullanılmaktadır. Burada amaç daha zengin ve kapsamlı bilgilerin edinilebileceği böylece konunun daha derinlemesine incelenmesine olanak tanıyan bireylere ya da gruplara (vakalara) ulaşmaktır. Araştırmacı amaçlı örnekleme yöntemlerinden birini kullandığında kullanma nedenini çok iyi bir şekilde ifade etmelidir. Aksi takdirde araştırmanın yetersiz örnekleme tasarımıyla gerçekleştirildiği gibi eleştirilere maruz kalabilmektedir (Deyers ve Frankel, 2000: 264). Miles ve Huberman (1994: 34) amaçlı örnekleme yöntemlerinde kullanılan en önemli üç tip vakayı şu şekilde tanımlamıştır:

- Tipik vakalar: Çalışılan konu ile ilgili normal ya da ortalama olarak kabul edilen vakalardır
- Aykırı ya da uç vakalar: Çalışılan konu ile ilgili normalin dışında kabul edilen vakalardır

- Olumsuz ya da doğrulanmayan vakalar: Çalışılan konu ile ilgili belirlenmiş sınırların (kuralların) dışında kalan vakalardır

Nitel araştırmalarda olasılıklı örnekleme yöntemlerinin kullanımının uygun olmaması esasında araştırmanın amacı ile ilgilidir. Olasılıklı örnekleme yöntemleri örnekleme dahil edilecek olan vakaları rastgele seçmekte ve dolayısıyla tümüne eşit seçilme şansı tanımakta olup, ilgili popülasyona genellenebilirliğini artırmaktadır. Ancak nitel araştırmalarda amaç çalışmadan elde edilen sonuçların genellenebilmesi değil, o durumu tecrübe eden bireylerin konuya ilişkin algılarını ve deneyimlerini derinlemesine incelemek ve daha zengin bilgiler elde etmektir (Marshall, 1996: 523). Nitel araştırmalarda kullanılacak amaçlı örnekleme yöntemleri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Tablo 2:** Nitel Araştırmalarda Kullanılabilecek Olan Amaçlı Örnekleme Yöntemleri

Örnekleme Yöntemi	Kullanım Amacı
Yoğun örnekleme	Bir fenomenin yoğun bir şekilde açıklanmasına olanak tanıyan bilgi yönünden zengin vakaların incelenmesinde (ancak yoksul ya da gelir düzeyi çok yüksek hastalar gibi aykırı ya da uç vakalar hariç)
Aşırı ve aykırı durum örnekleme	Bir fenomene ilişkin olağanüstü durumların incelenmesinde
Maksimum çeşitlilik örnekleme	Çok çeşitli vakaları inceleyerek bu çeşitlilikler arasında ortak bir olgunun olup olmadığının değerlendirilmesinde
Homojen örnekleme	Birbirine benzeyen vakaları inceleyerek belirli bir grubun derinlemesine incelenmesinde
Tipik durum örnekleme	Bir fenomene ilişkin normal, ortalama veya tipik olarak kabul edilen vakaların incelenmesinde
Kritik durum örnekleme	Mantıksal bir genellemenin yapılmasını ve diğer vakalara da bilginin aktarılmasının sağlanmasında başka bir deyişle bu vakada eğer bu şekilde olduysa diğer vakalarda da bu şekilde olacaktır çıkarımının yapılmasında
Kartopu örnekleme	Konu ile ilgili zengin bilgiye sahip olgunun konu ile ilgili diğer olgulara diğer olguların da başka ilgili olgulara yönlendirmesinde
Ölçüt örnekleme	Belirli kriterlere göre seçilmiş vakaların değerlendirilmesinde
Doğrulamayı ve yanlışlamayı örnekleme	İlk vakaların derinlemesine analiz edilerek değerlendirilmesinde ve istisna ve farklılıkların aranmasında, fenomeni doğrulayacak ya da yanlışlayacak durumların keşfedilmesinde
Kolayda örnekleme	Zaman, emek ve harcamalardan tasarruf edilmek istendiğinde, genellikle araştırmacının diğer örnekleme yöntemlerini kullanma durumu olmadığında erişilmesi kolay vakaları ele aldığıda

**Kaynak:** Patton, 1990: 182-183; Yıldırım ve Şimşek, 2006: 107.

Nitel araştırmalarda kullanılacak örneklemin büyüklüğü belirlenirken dikkat edilmesi gereken üç kriter yer almaktadır (Cropley, 2002: 79-80):

- Araştırmanın odağı: Araştırmanın hangi konuyu incelemek üzere yapılacağı dikkate alınmalıdır. Eğer bir örnek olay incelemesi yapılacak ise belki de örneklem büyüklüğü 1 kişi olacaktır.
- Veri miktarı: Araştırmada eğer bir konu detaylı bir şekilde incelenmek isteniyorsa, daha az sayıda vaka ile görüşülerek daha derinlemesine görüşmeler yapılmalıdır.
- Kuramsal örnekleme: Araştırmada eğer yeni vakalar görüşülen vakalardan elde edilen bilgilere bir yenisini katmıyor ise, daha fazla vaka ile görüşmenin araştırmaya bir katkı sağlamayacağını ifade etmektedir.

Sonuç olarak nitel araştırmalarda örneklem seçimi dikkatle gerçekleştirilmesi gereken bir aşamadır ve araştırmacının seçmiş olduğu örnekleme yönteminin nedenlerini açıkça ifade etmesi gerekmektedir. Çünkü nitel araştırmalarda örneklemin seçimi araştırmacının kalitesini doğrudan etkilemektedir (Coyne, 1997: 623).

### Nitel Araştırmalarda Geçerlik ve Güvenirlik

Nitel araştırmalarda olduğu gibi nitel araştırmalarda da geçerlik ve güvenilirlik konusu araştırmacının tasarımı, verilerin analizi, bulguların yorumlanması ve araştırmacının kalitesinin ifade edilmesi gibi aşamalarda büyük önem taşımaktadır. Ancak nitel araştırmaların amacının genelleme yapmak olmaması ve belirli bir konuyu derinlemesine incelemek olmasından dolayı geçerlik ve güvenilirlik kavramları da nitel araştırmalarda farklı kavramlar ile ifade edilmektedir (Golafshani, 2003: 601). Bu kavramlar aşağıdaki tabloda karşılaştırılmalı olarak verilmiştir.

**Tablo 3:** Nitel Araştırmalarda Geçerlik ve Güvenirlik Kavramları

Perspektif	Nitel Araştırmalar	Nitel Araştırmalar
Bulguların doğruluğu nasıl sağlanabilir?	İçsel Geçerlik	Kredibilite
Bulgular diğer durumlarda da nasıl kabul edilebilir?	Dışsal Geçerlik	Aktarılabirlik
Aynı durumda tekrar edilen çalışmalar sonucunda elde edilen bulguların tutarlı olması nasıl sağlanabilir?	Güvenirlik	Bağımlılık
Elde edilen bulgular araştırmacının ya da başka bir faktörün etkisinde kalmadan objektif bir şekilde nasıl ifade edilebilir?	Nesnellik	Uygunluk

**Kaynak:** Sarma, 2015: 184.

Nitel araştırma kapsamında gerçekleştirilen çalışmaların sonucunda elde edilen bulguların geçerlik ve güvenilirliklerini artırmak için birbirinden farklı birçok yöntem bulunmaktadır. Bu yöntemler aşağıdaki tabloda ifade edilmiştir.

**Tablo 4.** Nitel Araştırmalarda Geçerlik ve Güvenirliğin Artırılması

Kriter	Uygulanabilecek Stratejiler
Kredibilite	Literatürde çeşitleme (triangulation) olarak ifade edilen bu kavram ile araştırmada birden çok veri toplama yöntemi ve veri analiz yöntemi kullanılarak ve birden çok araştırmacının bulguları yorumlaması sağlanarak kredibilite artırılmaya çalışılmalıdır.
Aktarılabirlik	Benzer diğer durumlara aktarılabirliğin sağlanması için uygun veri tabanlarının oluşturulması sağlanmalıdır.
Bağımlılık	Araştırmacılar aynı koşullarda aynı katılımcılar ile çalışmayı tekrarlayarak elde edilen bulguların benzer olduğunu göstermelidirler.
Uygunluk	Araştırmacılar yaptıkları görüşmeleri ve gözlemleri devamlı olarak not etmelidirler böylece elde edilen bulguların uygunluğu gösterilebilmelidir.

**Kaynak:** Krahn ve Putnam, 2003: 188.

Nitel araştırmalarda elde edilen bulguların geçerlik ve güvenilirliğinin sağlanmasındaki diğer faktörlerden birisi de araştırmacının kendisidir. Araştırmacının konuyla ilgili tecrübeli, bilgili ve dikkatli olması da yapılan nitel araştırmaların geçerlik ve güvenilirliğini artıran önemli bir etkidir (Pyett, 2003: 1172).

Nitel araştırmalarda her araştırmacının olayları yorumlama şeklinin farklı olabileceği kabul edilmektedir. Aynı veriyi iki araştırmacı inceleyip farklı bir şekilde algılayıp farklı bir şekilde yorumlayabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2006: 259). Bu durumda nitel araştırmalarda güvenilirlik için verilerin kodlanmasında karşılaşılabilecek olan bireysel etkileri ortadan kaldırmak için veri setlerinin birden fazla kodlayıcı tarafından kodlanması gerekmektedir (Creswell, 2013: 253). Bu noktada dikkat edilmesi gereken husus ise farklı kodlayıcılar arası bir uyumun olması zorunluluğudur. Miles ve Huberman'a (1994) göre bu uyum değerleri nitel verilerde güvenilirliğin sağlanmasında kullanılmaktadır. Buna ilişkin uyumun değerlendirilmesi ise aşağıdaki formüle göre hesaplanmaktadır.

$$\text{Güvenirlik} = \frac{\text{Görüş Birliği Sayısı}}{\text{Görüş Birliği Sayısı} + \text{Görüş Ayrılığı Sayısı}}$$

İlgili formül kullanılarak hesaplanan güvenilirlik katsayısının minimum %80 olması istenmektedir. Buna göre %80 ve üzeri değerler güvenilir kabul edilirken, %80 altı değerler güvenilir olarak kabul edilmemektedir (Miles ve Huberman, 1994: 64).

## Nitel Araştırmalarda Etik

Tüm araştırmalarda olduğu gibi nitel araştırmalarda da araştırmayı gerçekleştiren ekip, araştırma kapsamında incelenen vakalar, araştırma sonuçlarını kullanacak olan birimler, araştırmaya destek veren finansörler ve elde edilen sonuçlardan etkilenecek olan popülasyon olmak üzere birden çok paydaş yer almaktadır. Araştırmacının rolü tüm bu paydaşlara karşı tarafsız bir şekilde davranmak ve araştırmadan elde edilen bulguları nesnel bir şekilde değerlendirmeye çalışmaktır (Patton ve Cochran, 2002: 5).

Nitel bir araştırma yaparken dikkat edilmesi gereken dört önemli kriter Beauchamp ve Childress (2001) tarafından şu şekilde ifade edilmiştir:

- *Otonomi*: Araştırmada yer alan katılımcıların haklarına saygı duyulması,
- *Fayda*: Araştırmanın yapılma amaçlarından birisi de elde edilecek sonuçların fayda sağlayacak nitelikte olması,
- *Zarar vermeme*: Faydalı sonuçlar elde ederken aynı zamanda zarar verilmemesi,
- *Adalet*: Araştırmacının her aşamada tüm paydaşlar için eşitliği göz önünde bulundurmasıdır.

Nitel araştırmalar da dâhil tüm araştırmalarda dikkat edilmesi gereken en önemli iki etiksel husus ise katılımcıların araştırmaya katılmak istediklerine dair rızalarının alınması ve katılımcılardan elde edilen bilgilerin mahremiyetinin sağlanmasıdır. Her ne kadar aydınlatılmış onam formları ve etik ve kurum izinleri alınmış olsa da bu hususların yerine getirilmesinde en önemli rol araştırmacınınındır (Glesne, 2013: 228-236).

## NİTEL ARAŞTIRMALARDA KULLANILAN ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ

Çalışmanın bu bölümünde nitel araştırmalarda en sık kullanılan araştırma yöntemleri olan etnografya, fenomenoloji, gömülü teori ve örnek olay yöntemlerinden bahsedilmiştir.

### Etnografya

Etnografik araştırma yönteminin temel amacı belirli bir konuya ilişkin olarak katılımcıları içinde buldukları kültürel çevre içerisinde gözlemleyerek betimlemeler yapmaktır. Burada önemli olan katılımcıları doğal çevrelerinde izlemek ve gözlem sonucunda elde edilen bilgileri katılımcıların bulunduğu ortamın kültürel özellikleriyle bağdaştırabilmektedir (Agafonoff, 2006: 117).

Etnografik araştırmaların özellikleri şu şekilde sıralanabilmektedir (Atkinson ve Hammersley, 1998: 110-111; Goulding, 2005: 299);

- Bu araştırmalarda bireylerin tecrübe ve davranışlarını içinde buldukları kültürlerin ne derecede etkilediği ortaya konmaktadır.
- Etnografik araştırmalarda nispeten daha küçük örneklem büyüklükleri ile çalışılmaktadır.
- Etnografik araştırmalarda odak noktası çalışılan grup yapısı ve kültürel çevresidir. Araştırmacı incelenen kültürel çevrenin bir parçasıdır ve bu kültürden etkilenmektedir.
- Araştırmada veri toplama aşamasında izlenen temel yaklaşım “yapılandırılmamışlık” üzerine kuruludur.
- Elde edilen verilerin analizinde bireylerin davranışları ve sözel ifadeleri yorumlanmaktadır.

Etnografik araştırmanın amacından yola çıkarak doğallık, kavrayış, tecrübe ve keşif olmak üzere dört temel ilke tanımlanmıştır. *Doğallık*, araştırmaların katılımcıların doğal çevrelerinde gerçekleştirilmesini ifade etmektedir. Kavrayış ilkesi, araştırmacının kültürel çevreyi yorumlayabilmesi adına kendisini gözlemlediği katılımcıların yerine koymasídır. Üçüncü ilke olan tecrübe ilkesinde kavrayış ilkesi ile bağlantılı olarak araştırmacının kültürel çevreyi daha iyi anlayabilmek adına katılımcıların günlük yaşamlarının içerisinde yer alması ve olayları tecrübe etmesi anlamına gelmektedir. Son olarak keşif ilkesi yapılandırılmamışlık özelliği ile ilgili olarak araştırmacının araştırma öncesinde belirlediği bir düşünceye yönelik olarak araştırmayı tasarlamaması gerektiğini aksi takdirde gözlem sırasında gelişen olayların doğasını anlamakta güçlük çekebileceğini ifade etmektedir (Akturan ve Dinçer, 2013: 45-46).

Etnografik araştırmaların ilk elden bilgi edinilmesini sağlayan bir saha araştırması olması gibi güçlü bir yönünün bulunması ile beraber uygulanmasında birtakım zorluklar ile karşılaşılabilmektedir. En önemli sorunlardan biri araştırmacının katılımcıların doğal çevrelerini anlayabilmek adına kendilerini onların yerine koyarak düşünmeleri (emic) ve araştırmacı olarak dışarıdan olayları inceleyerek (etic) gözlemlerini yorumlamaya çalışmalarıdır. Ayrıca katılımcıların gözlemlendiklerini bildiklerinde farklı davranabilme ihtimallerine de dikkat edilmesi gerektiğinden etnografik bir araştırma yöntemini kullanacak olan araştırmacının konu ile ilgili tecrübeli ve bilgi sahibi olması gerekmektedir (Cutler, 2004: 119).

Kingsfisher ve Millard (1998) tarafından yapılan çalışmada, çoğunlukla düşük gelirli Afrikalı-Amerikalı kadınların geldiği bir klinikte çalışan sağlık personelinin Avrupa kökenli Amerikalılar olduğu görülmüştür. Afrikalı-Amerikalı kadınların çoğunluğunda laktöz hassasiyeti olduğu bilinmektedir. Bu durumun beslenme programlarının hazırlanmasında etkili olup olmadığı değerlendirilmek istenmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgularda hastalar ve çalışan-

lar arasında böyle bir sosyo-kültürel farklılığın olmasının alternatif beslenme programlarının düzenlenmesinde bir engel oluşturduğu görülmüştür.

## Fenomenoloji

Fenomenoloji, belirli bir olgunun varlığını katılımcıların o olguya ilişkin algısına ve deneyimlerine dayanarak incelemeyi amaçlamaktadır. Fenomenolojinin gelişimi çok eski dönemlere kadar uzansa da bir bilim dalı olarak ilk kez Edmund Husserl'in öncülüğünde yirminci yüzyılın ilk döneminde gelişim göstermiştir (Jasper, 1994: 310).

Fenomenolojik araştırmalarda bir konunun olgu olarak ifade edilip incelenmesi katılımcının konumuna, bakış açısına, deneyimlerine ve algısının oluşmasındaki amacına göre değişmektedir. Dolayısıyla her konu bir olgu olarak ele alınıp, incelenmemelidir (Willig, 2013: 252).

Fenomenolojik bakış açısına göre tek bir gerçeklik yoktur ve var olan gerçeklik bireylerin ilgili olguyu nasıl algıladığına ve zamana göre değişim gösterebilmektedir (Giorgi ve Giorgi, 2003: 27). Farklı bireylerin aynı durumda aynı olguyu farklı bir şekilde algılıyor olmaları fenomenolojik araştırmaların temelini oluşturmaktadır. Örneğin, bir dersin dönem sonunda yapılan sınav sorularına dersi alan öğrencilerin vermiş oldukları cevaplar birbirinden farklı olacaktır.

Örneğin Thibodeau (1993) yapmış olduğu çalışmada yaşlı bir bireyin bakımını üstlenen aile üyelerinin tecrübelerini araştırmak istemiştir. Bu amaca yönelik olarak on aile ile görüşmüş ve onların bu süreçte yaşadığı tecrübeleri incelemiştir. Bazı aile üyeleri yaşadıklarını pozitif bir şekilde ifade ederken bazı aile üyeleri de negatif yönde etkilendiklerini ifade etmiştir. Bu çalışmadan elde edilen bulguların evde sağlık hizmeti sunan kurumlara bir yol göstermesi amaçlanmıştır. Çalışma incelendiğinde yaşlı bir bireyin bakımını üstlenmek bu araştırmanın olgusunu ifade etmektedir. Bu olguya ilişkin on aile ile görüşülmüş ve algıları değerlendirilmiştir. Olguyu daha derinlemesine incelemek adına nispeten daha küçük bir örneklem ile çalışılmıştır. Aile üyeleri ile yapılan görüşmeler sonucunda bazı aile üyelerinin bu durumu pozitif yönde algıladıkları ve bu durum kişisel gelişimlerine katkıda bulduklarını ifade etmişler ancak diğer aile üyeleri de bu durumu negatif yönde algıladıkları ve günlük işlerine yoğunlaşamadıklarını ve kendilerine özel vakit ayıramadıklarını ifade etmişlerdir. Görüldüğü gibi benzer durumu yaşayan bireyler olguyu birbirlerinden oldukça farklı bir şekilde algılamışlardır.

Sonuç olarak fenomenolojik araştırmaların sağlık sektöründe kullanımı bireylerin sağlık hizmetlerinin sunumu sürecinde yaşananları nasıl algıladıklarını ve tecrübe ettiklerini belirleyerek ortaya çıkan zorlukların aşılmasında yol gösterici olabileceği ifade edilmektedir (Bassett, 2004: 160).



## Gömülü Teori

Herhangi bir araştırma projesinin en önemli noktası kavramsallaştırmaya ihtiyaç duymasıdır. Bu iki şekilde gerçekleşmektedir. Birincisi araştırma için bir hazırlık olması için yapılmaktadır böylece okuyucuya çalışmanın odak noktası ile ilgili bilgi verilmiş olmaktadır. İkincisi ise araştırmanın başında ilgili konuya ilişkin bir literatür taraması yaparak gerçekleştirilmekte olup daha sonraki araştırmalarda kullanılmak üzere konunun temel yapısını ortaya koymaktadır (Limb, 2004: 56).

Literatürde gömülü teori, alt teori ya da temellendirilmiş teori olarak ifade edilen bu yöntem Glaser ve Strauss (1967) tarafından oluşturulmuş ve özellikle Strauss ve Corbin (1998) ve Charmaz'ın (2002) çalışmaları ile genişletilmiştir (Glesne, 2013: 29). Bu araştırma yönteminin temel amacı kavramsal kategoriler arasındaki ilişkiyi tanımlamak ve bunların hangi kuramsal ilişkiler bağlamında oluştuğunu, değiştiğini ve sürdürüldüğünü ayrıntılı bir şekilde ortaya koymaktır (Charmaz, 2002: 675).

Bu araştırma yönteminde kavramın ortaya çıkarılması, verinin sistematik bir şekilde toplanması ve analiz edilmesine bağlı olmaktadır. Burada araştırmacının çalışmanın başında herhangi bir fikir ile araştırmaya başlamaması ve dolayısıyla kategoriler altında yer alan gerçek kavramı tanımlaması beklenmektedir. Kavrama ulaşabilmek için öncelikle karmaşık olan verinin kodlanması gerekmektedir (Strauss ve Corbin, 1990: 11-12).

Verinin kodlanmasında dört kodlama türü kullanılmaktadır (Corbin ve Strauss, 1990: 12):

- Açık Kodlama: Araştırmacı bu kodlama türünde eğer görüşme yöntemi kullanmışsa görüşme formunda yer alan her bir kelime ve cümle üzerinde tek tek durmakta ve anlam ifade edebilecek olanlar kodlanmaktadır.
- Aksiyal Kodlama: Araştırmacı bu kodlama türünde daha önceden belirlediği ve belirlemeye devam ettiği kategorileri ilişkilendirmektedir.
- Seçmeli Kodlama: Bu kodlama türü çalışmanın ilerleyen bölümlerinde kullanılmakta olup, belirlenmiş olan kategorilerden bir tanesini çekirdek kategori olarak belirleyip diğer tüm kategorileri bu çekirdek kategori ile ilişkilendirmeyi içermektedir.
- Kilit Nokta Kodlama: Bu kodlama türü hem aksiyal hem de seçmeli kodlama türlerini içermektedir. Bu kodlama türünde esas olan kodlanmış olan verilerden araştırmanın amacına göre en önemli olanlarının belirlenip bir araya getirilmesi ve ortak noktaları olan en üst noktanın başka bir deyişle kavramın ortaya çıkarılmasıdır.

Poteat ve diğerleri (2013) tarafından yapılan çalışmada cinsiyet değiştiren bireylerin sağlık hizmetlerine erişiminde ve sağlık hizmetlerini kullanmada ortaya çıkan eşitsizlik ve damgalanmanın sağlık çalışanları açısından nasıl değerlendirildiğini anlamak için gömülü teori araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu amaca yönelik olarak 55 cinsiyet değiştirmiş birey ve 12 sağlık çalışanı ile damgalanma, ayrımcılık ve hasta ile sağlık profesyoneli arasındaki iletişim ile ilgili derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre cinsiyet değiştiren bireyler sağlık çalışanlarının ihtiyaçlarının nasıl karşılanacağını bilmediklerini düşünmekte ve bu durumun da hasta ve sağlık çalışanı arasındaki normal güç dengesini bozduğunu ifade etmişlerdir. Sonuç olarak kişilerarası damgalama davranışının hizmet sunucusunun belirsizliği karşısında tıbbi güç ve otoriteyi güçlendirdiği ifade edilmiştir.

### Örnek Olay

Örnek olay yönteminde diğer nitel araştırma yöntemlerinden farklı olarak önemli olan nokta veri toplanması ve analiz edilmesinden ziyade belirli bir analiz birimine başka bir deyişle olaya (vakaya) odaklanmasıdır. Örnek olay araştırmalarında analiz birimi bir kurum, bir şehir, bir grup insan, toplum, bir hasta, bir okul, bir uygulama, bir kaza, bir durum ya da bir deneyim olabilmektedir. Örnek olay araştırmalarının özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Willig, 2013: 299-300):

- *Bireysel farklılıkları araştıran bir bakış açısına sahiptir:* Burada araştırmacının geneli ele almaktansa, belirli bir olayı tüm özellikleriyle anlamaya çalışmaktır.
- *İçeriksel veriyi dikkate almaktadır:* Araştırmacı olayı kapsadığı tüm konular ile birlikte ele almaktadır. Bu nedenle belirli olaylar araştırmacının odağı olarak tanımlanmalıdır.
- *Çeşitleme yöntemini kullanmaktadır:* Örnek olay araştırmalarında konuyu daha derinlemesine inceleyebilmek için birçok veri toplama yöntemi bir arada kullanılmaktadır.
- *Geçici özelliğe sahiptir:* Örnek olay araştırmalarında incelenen olayın özellikleri zaman içerisinde değişime uğrayabilmektedir.
- *Teorinin oluşmasına zemin hazırlar:* Örnek olay araştırmaları belirli bir konuya ilişkin derinlemesine incelemelerin yapılmasını içerdiğinden tüm süreçleri ele almaktadır ve bu da incelenen olayın arkasındaki teorinin ortaya çıkmasını kolaylaştırmaktadır.

Sağlık sektöründe hizmet sunumunda yaşanan zorluklardan dolayı sağlık kurumlarında gerçekleştirilen müdahalelerin değerlendirilmesi adına örnek olay

araştırmalarının kullanımı politikacılar ve planlayıcıların ilgisini çekmektedir. Politika araştırmalarında örnek olay çalışmaları geliştirilmiş olan politikaların, yürürlükte olan uygulamaların ve sağlık hizmetlerinin yönetiminde kullanılabilmektedir (Keen, 2006: 119).

Singer ve diğerleri (2000) yapmış oldukları çalışmada tıpta kullanılan yeni teknolojilerin satın alınmasında önceliklerin belirlenmesini etkileyen faktörleri tanımlamak istemişlerdir. Bu çalışmada örnek olay ve gömülü teori yöntemini kullanmış ve 26 uzman ile görüşme yapmışlardır. Elde edilen sonuçlara göre satın almada önceliklerin belirlenmesinde kararı veren kurum, kararı veren bireyler, dikkate aldıkları faktörler, kararı alma nedenleri, karar verme süreci ve alım sürecinde yaşanan zorluklar olmak üzere altı faktörün ortaya çıktığını bulmuşlardır.

## NİTEL ARAŞTIRMALARDA VERİ TOPLAMA YÖNTEMLERİ

Çalışmanın bu bölümünde nitel araştırmalarda en çok kullanılan veri toplama yöntemlerinden olan görüşme, odak grup, gözlem ve literatür incelemesi konularından bahsedilmiştir.

### Görüşme

Nitel araştırmalarda en sık kullanılan veri toplama yöntemi görüşme yöntemidir. Görüşmeler araştırmanın amacına yönelik olarak katılımcılar ile gerçekleştirilen sohbetlerdir. Yapılacak olan görüşmeler araştırmanın amacına yönelik olarak *yapılandırılmış*, *yarı yapılandırılmış* ve *yapılandırılmamış görüşmeler* olmak üzere üç grupta sınıflandırılmaktadır. Yapılandırılmış görüşmelerde araştırmacı çalışmada yer alan tüm katılımcılara daha önceden belirlenmiş olan soruları sistematik bir şekilde sorar ve bu soruların çerçevesi dışına çıkmayarak tüm katılımcılardan karşılaştırılabilir veriler elde etmeye çalışır. Dolayısıyla araştırmacı çalışmaya başlamadan önce konu ile ilgili olarak belirli bir düşünceye sahiptir ve o doğrultuda veriyi toplamaktadır (Green ve Thorogood, 2004: 79-80). Araştırmacı bu yöntemde soruları genel ifadeler ile sormaya çalışmakta ve böylece konu ile ilgili derinlemesine bilgi sahibi olmayı amaçlamaktadır. Bu yöntemde ortalama olarak en az 5 en fazla 10 soru sorulması önerilmektedir (DiCicco-Bloom ve Crabtree, 2006: 316). Ancak bu yöntemin her durumda uygulanması özellikle araştırmacı konu ile ilgili yeni birtakım yaklaşımları ortaya çıkarma amacı taşıyorsa uygun olmamaktadır.

Yarı yapılandırılmış görüşmeler, yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşmeler arasında yer alan bir yöntemdir. Bu yöntem derinlemesine ya da etnografik bir araştırma için yapılan görüşmelerden daha yapılandırılmış ancak tüm katılımcılara aynı soruların sorulup benzer çerçevede cevapların alınmaya ça-

lışıldığı görüşmelerden de daha az yapılandırılmış niteliktedir. Bu yöntemde yer alan kapalı uçlu sorular ile çalışmaya katılan katılımcıların verdiği cevapların karşılaştırılabilir nitelikte olma avantajından faydalanırken, görüşmenin gi-dişatına göre sorulan açık uçlu sorular aracılığıyla konunun derinliğine incelenmesi olanağı elde edilmektedir. Bu görüşme yönteminde araştırmacı çalışmaya başlamadan önce en az 1 en çok 3 soru olmak üzere bir görüşme formu hazırlar ve tüm katılımcılara hem bu soruları yöneltir hem de her bir katılımcı ile yapılan görüşmenin yönelimine göre farklı sorular yönelterek veri toplamaya çalışmaktadır. Araştırmacı daha zengin veriler elde edebilmek için açık ve net sorular sormalı, evet-hayır cevaplarının alınacağı sorulardan ziyade konuyu neden ve nasıl algıladıklarını anlamak üzere sorular tasarlamalı ve katılımcının soruyu cevaplamasında ona yardımcı olmalıdır (Sankar ve Jones, 2008: 118-121).

Yapılandırılmamış görüşmelerde çalışmanın öncesinde belirlenen bir soru yapısı bulunmamaktadır ve dolayısıyla tüm katılımcılara aynı sorular yöneltilmemektedir. Ancak bu görüşme türünde araştırmacının konuya ilişkin bir odak noktası vardır ve katılımcı ile gerçekleştirdiği bu görüşme o odak noktası etrafında şekillenmektedir. Görüşmede katılımcının konuşmalarından kilit olan bilgiler seçilir ve araştırmacı bu bilgileri katılımcının davranışlarına ilişkin gözlemlerini de göz önünde bulundurarak anlamlandırmaya çalışır (Di-Cicco-Bloom ve Crabtree, 2006: 315).

Sonuç olarak görüşme yönteminin amacı yalnızca sorulan sorulara cevapları almak, bir hipotezi test etmek ya da kullanılmakta olan kavramları değerlendirmek değildir. Görüşme yönteminin amacı, katılımcıların konuya ilişkin edinmiş oldukları tecrübeleri ve ilgili konuyu nasıl algıladıklarını ve nasıl ifade ettiklerini anlamaya çalışmaktır (Seidman, 2006: 9).

## **Odak Grup**

Odak gruplar kısa süre içerisinde incelenmek istenen konuyla ilgili ortak deneyim, görüş ve beklentilere sahip bireylerden oluşan grup üyelerinin birbirleriyle fikir alışverişleri yaparak daha zengin veriler ortaya çıkarmasına yarayan bir veri toplama yöntemidir. Bu yöntem ile konuya ilişkin veri fikirlerin paylaşılması ile birlikte daha derinleşmekte ve zenginleşmektedir. Odak gruplar farklı şekillerde uygulanabilmektedir. Örneğin, diğer veri toplama yöntemi olan gözlem ve görüşmeler ile birlikte kullanılarak ortaya çıkan fikirler daha sonraki araştırmalarda kullanılabilir ve elde edilen veri diğer yöntemlerle desteklenerek yorumlanabilir. Diğer taraftan araştırma ile ilgili zaman ve maliyet sınırlılığı var ise, odak gruplar veriyi toplamak adına tek başlarına da kullanılabilirler. Odak grup yönteminin en önemli avantajı katılımcılardan elde edilecek olan verinin zenginliğidir. Bir diğer önemli avantajı da konuya ilişkin görüşlerin

fikir alışverişi yapılarak daha kapsamlı olarak ele alınması sağlarken aynı zamanda bunu daha az maliyetle ve daha kısa bir sürede gerçekleştirmesidir. Bu yöntemin avantajlarının yanı sıra en önemli dezavantajı elde edilecek olan verinin grup dinamiğinden etkilenmesidir. Bu durum bazı grup üyelerinin diğer grup üyelerinin fikirlerini açık bir şekilde ifade etmesine engel olabilmektedir (Kitzinger, 1995: 299-300; Stringer, 2004: 10-11; Willig, 2013: 122-123).

Odak gruplar, konunun derinlemesine ele alınabilmesi ve grubun yönetiminin etkin bir şekilde sağlanabilmesi için nispeten küçük (genellikle 6-12 katılımcı) gruplar halinde gerçekleştirilmektedir. Odak grup görüşmelerini yöneten bir yönetici bir de asistan olmalıdır. Yönetici soruları sorarken ve grubu konunun gidişatına göre yönlendirirken, asistan bu süreci kayıt altına almaktadır. Odak grup görüşmeleri ortalama olarak 1 ya da 2 saat sürmeli ve yöntemin dezavantajından kaçınmak ve daha zengin bir veri elde etmek adına grup üyeleri birbirini tanımayan farklı demografik özelliklere sahip bireylerden oluşturulmalıdır (Green ve Thorogood, 2004: 111).

Sonuç olarak odak grup yöntemi kısa bir zaman sürecinde diğer veri toplama yöntemlerine nispeten daha az maliyetle konuya ilişkin daha zengin ve kapsamlı veriler elde etmek için gerçekleştirilmekte ve eğer ilgili konu bir sorun ile ilişkiliyse de sorunun çözümüne ilişkin ortaya çıkan alternatiflerden en iyi olanın seçilmesi için bir stratejinin oluşturulmasına olanak sağlamaktadır (Flick, 2009: 197).

## Gözlem

Gözlem, incelenmek istenen konu kapsamında insanları, nesnelere ve olayları sistematik bir şekilde gözleyerek teşhis ve not etme sürecidir. Bu veri toplama yöntemi özellikle doğal çevre içerisinde bireylerin davranışlarının yorumlanması amaçlandığında ve diğer veri toplama yöntemleriyle daha zengin veriler elde etmek amacıyla kullanılmaktadır. Ayrıca bireyler ile yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen verilerin gözlem yapılarak tutarlı olup olmadığı da kontrol edilmektedir. Gözlem yöntemi ilgili konunun bir bütün olarak algılanmasında önemli bir rol oynamaktadır (Mulhall, 2003: 306-307).

Nitel araştırmalarda gözlem katımlı gözlem ve katılımsız gözlem olmak üzere iki şekilde gerçekleşmektedir. Ayrıca her iki gözlem yöntemine ek olarak mekanik gözlem olarak adlandırılan yöntem de birlikte kullanılabilir. Katımlı gözlem, gözlemci olarak katılım ve tam katılım; katılımsız gözlem de katılımcı olarak gözlem ve tam gözlem olmak üzere kendi içlerinde iki boyuta ayrılmaktadırlar (Agafonoff, 2006:118).

Katımlı gözlem yönteminde gözlemci olarak katılımda, araştırmacı öncelikle konunun kapsamına giren (gözlemleyeceği) kişiler ile ilişkiler geliştirir ve

daha sonra topluluk içerisinde bu davranışları gözlemler. Tam katılımda ise araştırmacı gözlemleyeceği topluluk ile birlikte vakit geçirir ve onlarla birlikte faaliyette bulunur. Katılımlı gözlemdeki bu iki boyut arasındaki en önemli fark gözlemci olarak katılımda araştırmacının kimliği gözlemlenecek olan bireyler tarafından bilinirken, tam katılımda araştırmacının kimliği bu bireyler tarafından bilinmemektedir (Mulhall, 2003: 308).

Katılımsız gözlem yönteminde tam gözlemden araştırmacı ile gözlenen bireyler arasında belirli bir uzaklık vardır ve araştırmacı bu bireylerin davranışlarını etkilemekten kaçınmaktadır. Bu yöntemde etik konuların göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Katılımlı olarak gözlemden araştırmacı topluluk içerisinde yer almaz ancak o topluluğu oluşturan bireyler ile görüşmeler yaparak bu görüşmeler sırasında onların davranışlarını gözlemler (Flick, 2009: 223).

Nitel araştırmalarda veri toplama yöntemi olarak gözlem kullanıldığında her iki yöntemde de araştırmacı verileri kayıt altına almak için fotoğraf makinesi, video kamera ve ses kayıt cihazı gibi mekanik araç gereçler kullanabilmektedir. Bu yöntem mekanik gözlem olarak adlandırılmakta ve her iki yöntemi destekleyici bir yöntem olarak ifade edilmektedir (Arnould ve Wallendorf, 1994: 487).

### **Doküman İncelemesi**

Nitel araştırmalarda veri toplamak için gözlem, görüşme ve odak grup yöntemlerinin olanaklı olmadığı ya da uygun olmadığı durumlarda ya da araştırmacının geçerliliğini artırmak amacıyla araştırılan konuya ilişkin olarak yazılı ve görsel materyaller de araştırmaya dâhil edilebilmektedir (Berg, 2004: 199).

Sağlık sektöründe yapılacak olan bir araştırma için incelenecek olan dokümanlar daha önceki araştırmaların raporları ve yayınları, klinik ya da diğer hizmet birimlerinde tutulan kayıtlar ve sağlık politikalarına ilişkin raporlar olarak ifade edilebilmektedir. Daha önceki araştırmalara ilişkin yayınlar incelenerek yapılacak olan araştırma ile benzeyen ve ayrılan noktaları belirlenip, yapılacak olan araştırmanın katkısının ne ölçüde olacağı ifade edilebilir. Eğer klinik ya da diğer hizmet birimlerinde tutulan kayıtlara erişim sağlanabilirse, ilgili hizmetleri kullananlar ve neden bu hizmetleri kullandıklarına dair bilgiler edinilebilmektedir. Sağlık politikalarına ilişkin raporların incelenmesi de araştırmanın çerçevesinin belirlenmesinde ve elde edilecek olan sonuçların ne ölçüde fayda sağlayacağını ifade edilmesine olanak sağlamaktadır (Patton ve Cochran, 2002: 19).

Sonuç olarak konuyla ilişkili dokümanların incelenmesi daha zengin ve kapsamlı bir verinin elde edilmesinde ve konuya ilişkin çıkarımların yapılmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca yapılacak olan araştırmanın literatüre ne açıdan katkı sağlayacağını ifade edilmesinde de önemli bir rol oynamaktadır.



## SAĞLIK HİZMETLERİNDE NİTEL ARAŞTIRMALARIN KULLANIMI

Geleneksel anlamda nitel araştırmalar antropoloji, sosyoloji, psikoloji ve toplum dilbilimi gibi alanlarda sıklıkla kullanılmaktadır. Ancak son yıllarda eğitim, hemşirelik ve toplum sağlığı gibi farklı disiplinlerde de kullanılmaya başlanmıştır (WHO, 1994: 2). Sağlık alanı için nitel araştırmaların kullanımı çok eskiye dayanmamakla birlikte kullanım sıklığı giderek artmaktadır (Sofaer, 1994: 1101; Hoddinott ve Pill, 1997: 313). Ancak bu noktada sağlık hizmetlerinde nitel araştırmaların mı nicel araştırmaların mı kullanılmasının daha doğru bir yaklaşım olacağına ilişkin birtakım tartışmalar bulunmaktadır. Birçok sağlık hizmetleri ve sağlık politikası araştırmacısı ya niteliksel yöntemleri tek başına ya da niceliksel yaklaşımlarla birlikte kullanmaktadır. Her iki yöntemin birlikte kullanılması sağlık hizmetleriyle ya da politikalarıyla ilgili konuların derinlemesine incelenmesine olanak tanıdığı için kullanılması daha çok önerilen bir araştırma yaklaşımıdır (WHO, 1994: 2; Sofaer, 1999: 1102). Bu nedenle literatürde her iki yöntemin bir arada kullanıldığı pek çok sayıda çalışmaya rastlamak mümkündür. Örneğin Baskerville ve diğerlerinin (2001) Kanada'da hizmet sunan 54 aile hekimi üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada hekimlerin koruyucu sağlık hizmetleriyle ilgili yürürlüğe giren 22 uygulama hakkındaki görüşleri hem nitel hem de nicel araştırma yöntemleri ile değerlendirilmiştir. Aynı şekilde Kutner ve diğerleri (1999) tarafından terminal dönem hastalarının bilgi ihtiyaçlarını belirlemek için yapmış oldukları çalışmada nitel ve nicel çalışmalar bir arada kullanılmıştır.

Sağlık hizmetlerinde nitel araştırmaların kullanılmasını teşvik edici çok sayıda faktör bulunduğundan nitel araştırmaların kullanım alanları da oldukça geniştir. Temel olarak sağlık hizmetlerinde nitel araştırmaların kullanım alanları (Bowling, 2002; Pope, 2002; Bradley vd., 2005; Crosson vd., 2005; Sobo vd., 2006; Busaidi, 2008);

- Toplumun sağlık hizmeti ihtiyacının belirlenmesi
- Sağlık hizmeti talebi ile hizmet temini ve kullanımı arasındaki ilişkinin ortaya konulması
- Sağlık hizmetlerinin kalitesinin ve verimliliğinin belirlenmesi
- Sağlık müdahalelerinin etkinliğinin ölçülmesi
- Sağlık müdahalelerinin hasta sağlığı üzerine etkilerinin incelenmesi
- Hasta tatmin düzeylerinin belirlenmesi
- Hekim – hasta ilişkilerinin incelenmesi
- Sağlık alanındaki yenilikler hakkındaki görüşlerin alınması



- Sağlık bakım hizmetlerinin iyileştirilmesi
- Hekim ya da hasta davranışlarının nedenlerinin belirlenmesi
- Nicel araştırma ile yeterince açıklanamamış bir problemin derinlemesine incelenmesi
- Hem hastalar hem de hizmet sunucular açısından önemli noktaların ortaya çıkarılması gibi konulardan oluşmaktadır.

Nitel araştırmaların sağlık hizmetlerinde kullanım alanı bu kadar geniş olduğu için sağlık hizmetleri alanında nitel araştırma yöntemini kullanarak yapılmış olan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Buradan hareketle sağlık alanında nitel veri analizini kullanarak yapılmış bazı alışmalar Tablo 5’de sunulmuştur.

**Tablo 5. Sağlık Alanında Nitel Veri Analizi İle Yapılmış Olan Çalışmalar**

Yazar / Yazarlar	Yıl	Çalışmanın Amacı	Yer - Kişi Sayısı	Çalışmanın Metodu
Tomlin vd.	1999	Genel pratisyenlerin etkili sağlık bakımı algılarını ve uygulamalarını belirlemek	Kuzey Thames- 24 Genel Pratisyen	Nitel (Görüşme)
Barry vd.	2000	Hastaların aile hekimi muayenesi esnasında söyleyemedikleri konuları incelemek	Londra- 35 Hasta, 20 Aile Hekimi	Nitel (Görüşme)
McIlvain vd.	2002	Aile hekimlerinin tütün kullanımıyla ilgili vermiş oldukları danışmanlıklarının bireylerin sağlık hizmeti kullanımı üzerine etkisinin incelenmesi.	Nebreska - 89 Aile Hekim	Nitel (Görüşme) + Nicel
Nutting vd.	2002	Hekimler ve hemşireler tarafından depresyon hastaları için sunulacak olan hizmetlerin bakım rehberliğinde sunulmasına engel durumları belirlenmek	Amerika - 12 Aile Hekimi, 6 Hemşire	Nitel (Görüşme) + Nicel
Stapleton vd.	2002	Anne sağlık hizmetlerinde annelerin bilinçli seçim yapması için oluşturulan kanıta dayalı broşürlerin kullanımını incelemek	Galler Bölgesi'nde hizmet sunan 13 anne sağlığı birimdeki 886 konsültasyon kayıtları incelenmiş	Nitel (Döküman incelemesi)
Benson ve Britten	2002	Hastaların Antihipertansif ilaç alma kararlarını etkileyen faktörleri belirlemek	İngiltere- 38 Hasta	Nitel (Görüşme)
Gallagher vd.	2003	Tıbbi hataların ortaya çıkarılmasında hasta ve hekimlerin tutumlarını değerlendirmek.	Amerika-52 Hasta, 46 Hekim	Nitel (Görüşme)
Murphy vd.	2003	Doğumun ikinci evresinde operatif (vakum ile) doğum ile doğum yapan kadınların görüşlerini almak	İngiltere- 27 Kadın Hasta	Nitel (Görüşme)
Dy vd.	2005	Kritik yol etkinliğinin hasta ve hastane bakımı üzerine etkisini incelemek.	1988-1998 yılları arasında cerrahi bölümündeki 26 kritik yolun kayıtları incelenmiş	Geriye Dönük Nitel (Döküman incelemesi)
Hendy vd.	2007	NHS bilgi teknolojisi programının uygulanması ile ilgili karşılaşılan zorlukları ve kaydedilen ilerlemeyi belirlemek	İngiltere - 18 ayda (2004-2006) 4 aşamada toplamda 23 sağlık çalışanıyla görüşülmüş	Nitel (Görüşme)

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Sağlık sektörü gibi değişimin çok hızlı yaşandığı karmaşık yapılar da bu değişimin beraberinde getirmiş olduğu sorunlara bir çözüm üretmek ve ortaya çıkan tehditleri hızlı bir şekilde fırsata dönüştürmek her zaman kolay olmamaktadır. Tüm bu değişimin yönetilebilmesi için sağlık politikacıları ve planlayıcıları kapsamlı araştırmalara ihtiyaç duymaktadırlar. Bu nedenle insan faktörünün çok önemli olduğu sağlık sektöründe, ilgili olguya ilişkin bireylerin tecrübelerinin, algılarının ve ifadelerinin incelendiği nitel araştırmalar oldukça büyük önem taşımaktadır. Ancak nitel araştırmaların tek başlarına kullanımından ziyade nicel araştırmalar ile birlikte kullanılması ve böylece konuya ilişkin hem sayısal bilgilerin elde edilmesi hem de bu sayısal değerlere karşılık gelen olguların neden ve nasıl algılandığının ifade edilerek daha güçlü ve kapsamlı sonuçların elde edilmesi önerilmektedir.

Nitel araştırmaların gerçekleştirilmesinde araştırmacının rolü oldukça önemlidir. Araştırmacının konuyla ilgili tecrübeli ve bilgili olması araştırma sonuçlarından kullanılabilir bilgiler elde edilmesinde kritik bir faktördür. Ayrıca nitel araştırmalardan elde edilen sonuçların geçerliği ve güvenilirliğinin sağlanmasında da en önemli değişkenlerden birisidir. Nitel araştırmalar her ne kadar nicel araştırmalar gibi istatistiksel birtakım sonuçlar vermese de ilgili konuya ilişkin kapsamlı ve derinlemesine veriler başka araştırma yöntemleri ile elde edilememektedir. Bu nedenle sağlık sektöründe nitel araştırmaların kullanımının özellikle nicel araştırmalar ile bir araya getirilerek gerçekleştirilmesi sağlık politikacılarına ve planlayıcılarına önemli kanıta dayalı bilgiler sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Agafonoff, N. (2006). Adapting Ethnographic Research Methods to Ad Hoc Commercial Market Research, *Qualitative Market Research: An International Journal*, 9 (2), 115-125.
- Akturan, U. ve Dinçer, D. (2013). Etnografya. *Nitel Araştırma Yöntemleri*, T. Baş ve U. Akturan (Ed.), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Arnould, E. J. ve Wallendorf, M. (1994). Market-Oriented Ethnography: Interpretation Building And Marketing Strategy Formulation, *Journal of Marketing Research*, 484-504.
- Atkinson, P. ve Hammersley, M. (1998). Ethnography and Participant Observation, N. K. Denzin ve Y. S. Lincoln (Ed.), *Strategies of Qualitative Inquiry* içinde (ss.110-136.), London: Sage.
- Barnham, C. (2015). Quantitative and Qualitative Research Perceptual Foundations, *International Journal Of Market Research*, 57 (6), 837-854.
- Baskerville, N. B., Hogg, W. ve Lemelin J. (2001). Process Evaluation of A Tailored Multifaceted Approach to Changing Family Physician Practice Patterns Improving Preventive Care. *Fam Pract.* 50: 242-249.
- Bassett, C. (2004). *Qualitative Research in Health Care*, London: John Wiley & Sons.
- Beauchamp, T. L ve Childress, J. F. (2001). *Principles of Biomedical Ethics*, USA: Oxford University Press.
- Berg, B. L (2004). *Qualitative Research Methods for The Social Sciences*, Boston: Pearson.
- Charmaz, K. (2002). Qualitative Interviewing and Grounded Theory Analysis. . J. F. Gubrium ve J. A. Holstein (Ed.), *Handbook of Interview Research: Context & Method* içinde (675-694), London: Sage Publication.
- Corbin, J. ve Strauss, A. (1990). Grounded Theory Research: Procedures, Canons, and Evaluative Criteria, *Qualitative Sociology*, 13 (1), 3-21.
- Coyne, I. T. (1997). Sampling in Qualitative Research. Purposeful and Theoretical Sampling; Merging or Clear Boundaries?, *Journal of Advanced Nursing*, 26 (3), 623-630.
- Creswell, J. W. (2013). Nitel araştırma yöntemleri beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni (Çeviri Editörleri: M. Bütün & SB Demir) Ankara: Siyasal kitabevi.
- Cropley, A. (2002). *Qualitative Research Methods. An Introduction for Students of Psychology and Education*. Riga: Zinatne.

- Cutler, L. (2004). *Ethnography* Ed. C. Bassett *Qualitative Research in Health Care* içinde (115-153), London: John Wiley & Sons..
- Devers, K. J. ve Frankel, R. M (2000). Study Design in Qualitative Research--2: Sampling and Data Collection Strategies, *Education for Health*, 13(2), 263.
- DiCicco-Bloom, B. ve Crabtree, B. F. (2006). The Qualitative Research Interview, *Medical Education* 40 (4), 314-321.
- Flick, U. (2009). *An Introduction to Qualitative Research*. Sage Publications.
- Gelling, L. (2015). Qualitative Research, *Nursing Standard*, 29 (30), 43-47.
- Giorgi, A. P. ve Giorgi, B. M. (2003). The Descriptive Phenomenological Psychological Method, P. M. Camic vd. (Ed.), *Qualitative Research in Psychology: Expanding Perspectives in Methodology and Design* içinde (243-273), Washington: American Psychological Association.
- Glaser, B. G. ve Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies For Qualitative Research*. London: Wiedenfeld and Nicholson.
- Glesne, C. (2013). *Nitel Araştırmaya Giriş*. A. Ersoy ve P. Yalçinoğlu (Haz.), Ankara: Anı Yayıncılık.
- Golafshani, N. (2003). Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research, *The Qualitative Report*, 8 (4), 597-606.
- Goulding, C. (2005). Grounded Theory, Ethnography and Phenomenology: A Comparative Analysis of Three Qualitative Strategies for Marketing Research, *European Journal of Marketing*, 39 (3/4), 294-308.
- Green, J. ve Thorogood, N. (2004). *Qualitative Methods for Health Research*, Sage Publications.
- Jasper, M. A. (1994). Issues in Phenomenology for Researchers of Nursing, *Journal of Advanced Nursing*, 19(2), 309-314.
- Keen, J. (2006). Case Studies. . Pope ve N. Mays C. (Ed.), *Qualitative Research in Health Care*, London: John Wiley & Sons.
- Khankeh, H., Ranjbar, M., Khorasani-Zavareh, D., Zargham-Boroujeni, A. ve Johansson, E. (2015). Challenges in Conducting Qualitative Research in Health: A Conceptual Paper. *Iranian Journal of Nursing And Midwifery Research*, 20(6), 635-641.
- Kingfisher, C. P ve Millard, A. V. (1998). Milk Makes Me Sick But My Body Needs It: Conflict and Contradiction in The Establishment of Authoritative Knowledge, *Medical Anthropology Quarterly*, 12(4), 447-466.
- Kitzinger, J. (1995). Qualitative Research. Introducing Focus Groups, *BMJ: British Medical Journal*, 311 (7000), 299-302.

- Krahn, G. L ve Putnam, M. (2003). Qualitative Methods in Psychological Research, *Handbook of Research Methods in Clinical Psychology*, 176-195.
- Kuş, E. (2012). *Nicel-Nitel Araştırma Teknikleri*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kutner J. S., Steiner J. F., Corbett K. K., Jahnigen D. W. ve Barton P. L. (1999). Information Needs in Terminal Illness, *Soc Sci Med*, 48, 1341-1352.
- Lacey, A. ve Luff, D. (2009). Qualitative Data Analysis: The NIHR Research Design Service For Yorkshire And The Humber, *National Institute for Health Research*.
- Limb, M. (2004). Grounded Theory. C. Bassett (Ed.), *Qualitative Research in Health Care*, London: John Wiley & Sons.
- Marshall, M. N. (1996). Sampling for Qualitative Research, *Family Practice*, 13 (6), 522-526.
- McCusker, K. ve Gunaydın, S. (2015). Research Using Qualitative, Quantitative or Mixed Methods and Choice Based on The Research, *Perfusion*, 30 (7), 537-542.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*, SAGE Publications.
- Mulhall, A. (2003). In The Field: Notes On Observation in Qualitative Research, *Journal of Advanced Nursing*, 41 (3), 306-313.
- O'Brien, B. C., Harris, I. B., Beckman, T. J., Reed, D. A. ve Cook, D. A. (2014). Standards for Reporting Qualitative Research: A Synthesis of Recommendations. *Academic Medicine*, 89(9), 1245-1251.
- Patton, M. N. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. SAGE Publications.
- Patton, M. Q. ve Cochran, M. (2002). A Guide to Using Qualitative Research Methodology, *Medecins Sans Frontiers*.
- Poteat, T., German, D. ve Kerrigan, D. (2013). Managing Uncertainty: A Grounded Theory of Stigma in Transgender Health Care Encounters. *Social Science & Medicine*, 84, 22-29.
- Pyett, P. M. (2003). Validation of Qualitative Research in The "Real World. *Qualitative Health Research*, 13(8), 1170-1179.
- Rotchford, A. P., Rotchford, K. M., Mthethwa, L. P. ve Johnson, G. J. (2002). Reasons for Poor Cataract Surgery Uptake—A Qualitative Study in Rural South Africa. *Tropical Medicine & International Health*, 7(3), 288-292.
- Sankar, P. ve Jones, N. L. (2008). Semi-Structured Interviews in Bioethics Research, Jacoby ve L.A. Siminoff (Ed.), *Empirical Methods for Bioethics: A Primer*, Elsevier.

- Sarma, S. K (2015). Qualitative Research: Examining the Misconceptions, *South Asian Journal of Management*, 22 (3), 176-191.
- Seidman, I. (2006). *Interviewing as Qualitative Research: A Guide For Researchers in Education and The Social Sciences*, New York: Teachers College Press.
- Singer, P. A., Martin, D. K., Giacomini, M. ve Purdy, L. (2000). Priority Setting For New Technologies in Medicine: Qualitative Case Study. *BMJ: British Medical Journal*, 321(7272), 1316-1318.
- Strauss, A. ve Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research*, Sage Publication.
- Strauss, A. ve Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, California: Sage Publication.
- Stringer, E. (2004). Focus Groups". *Qualitative Research in Health Care*. C. Bassett (Ed.), London: John Wiley & Sons.
- Thibodeau, J. (1993). Caring for A Patient: A Phenomenological Enquiry *Nursing Outlook*, 14(1), 15-19.
- Willig, C. (2013). *Introducing Qualitative Research in Psychology*. UK: McGraw-Hill Education.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2005). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Ankara: Seçkin Yayıncılık*.





# WARD, K-ORTALAMALAR VE İKİ ADIMLI KÜMELEME ANALİZİ YÖNTEMLERİ İLE FİNANSAL GÖSTERGELER TEMELİNDE HİSSE SENEDİ TERCİHİ

## The Stock Selection with Ward, K-Means and Two-Steps Clustering Analysis Methods Based on the Financial Indicators

Gönderim Tarihi: 08.05.2018

Kabul Tarihi: 29.08.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492464

**Bilgehan TEKİN\***

**ÖZ:** Bu çalışmada hisse senetlerinin sınıflandırılmasında kullanılan bir veri madenciliği yaklaşımı sunulmuştur. Hisse senetleri sınıflandırıldıktan sonra portföyde yer alacak hisse senetleri oluşan gruplar içerisinde seçilebilecektir. Bu çalışma, üç farklı kümeleme analizi yöntemi kullanılarak Borsa İstanbul'da işlem gören hisse senetlerinden etkin bir portföy oluşturulmasını amaçlamaktadır. Çalışmanın bir başka amacı ise hisse senetlerinden etkin bir portföy oluşturmada kümeleme analizi yöntemlerinin kullanılabilirliğinin sınanmasıdır. Bu amaçlarla hiyerarşik kümeleme yöntemlerinden Ward yöntemi, hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemlerinden K-Ortalamlar yöntemi ve iki adımlı kümeleme yöntemleri kullanılarak toplam 69 adet hisse senedi kümelendi. Kümeleme analizinde kullanılan finansal göstergeler şirketlerin finansal tablolarından ve hisse senedi fiyat hareketlerinden elde edilmiştir. Çalışma sonucunda her üç yönteme göre oluşan kümeler genel itibarıyla benzer şekillenmiştir. Kümeler, finansal gösterge ortalamaları ve hisse senedi sayıları temel alınarak değerlendirilmiş ve tercih edilebilecek kümeler belirtilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Hisse Senedi Tercihi, Kümeleme Analizi, Finansal Oranlar, Finansal Piyasalar.

**ABSTRACT:** In this study, a data mining approach for classification of stocks into clusters is presented. After classification, the stocks could be selected from these groups for building a portfolio. This study aims to create an effective portfolio from stocks traded in Stock Exchange Istanbul using three different clustering analysis methods. Another purpose of the study is to test the availability of clustering analysis methods to create an efficient portfolio of stocks. For these purposes, a total of 69 stocks were clustered by using Ward method as a

\* Dr. Öğr. Üyesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi/İİBF/İşletme/Muhasebe-Finansman, btekin@karatekin.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-4926-3317.

hierarchical clustering method, K-Means method as a non-hierarchical clustering method, and two-step clustering (hybrid) method. The financial indicators that used in this study were obtained from financial statements and stock price movements of companies. As a result of the study, clusters formed according to all three methods are generally similar. The clusters are evaluated based on the average of the financial indicators and the number of shares, and the preferable clusters are indicated.

**Keywords:** Stock Preference, Cluster Analysis, Financial Ratios, Financial Markets.

## GİRİŞ

Yatırımcılar harcaabileceklerinden daha fazla geliri olan ve gelirlerinin harcamalarını aşan kısmını yatırıma yönlendirerek ek gelir elde etmeyi amaçlayan ekonomik sistemin katılımcılarından biridir. Aynı zamanda finansal piyasaya aktörlerinden biri olan yatırımcıların öncelikli hedefi gerçekleştirdikleri işlemler sonucu kar elde etmektir. Yatırımcıların, hangi şirketlerin hisselerine yatırım yaparak gelir elde edebileceklerini tespit edebilmeleri ve doğru karar verebilmeleri için çeşitli teknikler kullanmaları ve belirli düzeyde ekonomi, finans ve finansal analiz bilgisine sahip olmaları gerekir.

Gelişmiş piyasalarda olduğu gibi Türkiye’ de de belirli aralıklarla halka açık şirketlerin mali tabloları yayımlanmaktadır. Şirketlerin iç ve dış paydaşları bu tablolarda yer alan veya elde edilen veriler üzerinden çeşitli finansal analizler ve istatistiksel teknikler aracılığıyla şirketin geçmişteki, cari dönemdeki ve gelecekteki performansı hakkında bilgi sahibi olabilmektedirler.

Büyüyen ve gelişen küresel ekonomik sistem ile birlikte finansal piyasalar da sürekli gelişmekte ve büyümektedir. Halka arz edilen şirket sayısındaki artış, borsa yatırımcılarına farklı ve yeni işlem yapma alternatiflerinin sunulması ve işlemlerin kolaylaştırılması, yeterince sağlıklı ve dikkatli analizler yapıldığında hisse senedi yatırımının en doğru ve kazançlı yatırım alternatifi olduğunun görülmesi gibi nedenlerle borsaların cazibesi her geçen gün daha fazla artmaktadır. Bununla birlikte, yatırımcıların sık sık ve beklenmedik şekilde değişen siyasi ve ekonomik konjonktür altında ve bu durumun bir sonucu olarak ortaya çıkan son derece değişken piyasa koşullarında doğru karar verebilmesi zorlaşmaktadır. Bu nedenle klasik finans modellerinden ayrı olarak, onları destekleyici, yeni ve farklı yaklaşımların sıklıkla gündeme getirilmesi ve uygulanması, sonuçlarının ortaya konulması ve daha farklı fikirlerin gelişmesine, uygulanan yöntemlerin geliştirilmesine imkan verilmesi önemlidir. Bu bağlamda, finansal piyasalarda daha farklı ne yapılabilir en doğru ve hüsrana yol açmayan kararlar nasıl verilebilir sorularına yanıt verebilmek adına yeni istatistiksel analizler ve algoritmik modeller ile analizler gerçekleştirilmektedir. Bu yöntemlerden biri de çok değişkenli istatistiksel yöntemlerden biri olan kümeleme analizidir.

Son yıllarda bilgisayar donanımı ve yazılımı konularında yaşanan hızlı gelişmelerin etkisi ile çok büyük miktarlarda veriler kolaylıkla üretilmeye ve aynı kolaylıkla günlük olarak toplanmaya başlanmıştır. Ancak bu veriler sadece içlerindeki gizli bilgi açığa çıkarabildiğinde anlamlıdır. Bu gizli bilginin açığa çıkarılması ise veri madenciliğinin uğraşısıdır. Kümeleme, veri madenciliğinde kullanılan en önemli araçlardan biridir (Shih vd., 2010).

Kümeleme analizi, hisse senedi tercihinde son zamanlarda sıklıkla kullanılan analiz tekniklerinden biri olmakla birlikte 1939 yılında Tryon tarafından literatüre kazandırılmıştır (Karabayır ve Doğanay, 2010). Kümeleme algoritmaları genellikle müdahalesiz bir analiz sürecini ifade eder (Gan vd., 2007; Liu vd., 2010). Bu süreç bir dizi örnekleme ait verinin bazı benzerlik ölçülerine göre gruplandırılması sürecidir. Kümelemede kullanılan algoritma sadece her bir nesneyi tanımlayan özellikler setine ulaşabilir. Her bir örneğin bölümün içine yerleştirilmesine yönelik herhangi bir bilgi verilmez (Wagstaff vd., 2001). Kümeleme analizinde amaç, bir veri setinin farklı sınıflar veya gruplar içerip içermediğinin ve içeriyorsa bu grupların tespit edilmesidir. Bu yapılırken, kümeyi oluşturan birimler, aralarındaki benzerliklere ve diğer kümelerdeki nesnelere farklı özelliklerine göre sınıflandırılır. Bu sınıflandırmanın diğer yöntemlerden farkı, kümelenmenin önceden tanımlanmış sınıflara dayanmamasıdır (Hajizadeh ve Shahrabi, 2010). Kümeleme analizleri ile ilgili daha detaylı bilgilere çalışmanın ilerleyen bölümlerinde yer verilecektir.

Bu çalışmada, Borsa İstanbul 100 (BIST 100) Endeksinde yer alan şirketler, 2015 yılı mali tablolarından elde edilen verilere ve 5 Nisan 2016 tarihinde kapanış fiyatları esas alınarak hesaplanan finansal göstergelere göre 3 farklı kümeleme analizi yöntemi kullanılarak sınıflandırılmış ve kümeleme analizinin portföy oluşturmak amacıyla kullanılabilirliği sınanmıştır. Bu çalışmanın amacı, finansal tablolardan ve şirketlerin hisse senedi fiyat hareketlerinden elde edilen değişkenler kullanılarak kümeleme analizleri ile yatırım yapılabilecek en uygun portföyün oluşturulabilmesine imkan verecek sonuçlar elde etmektir. Aynı zamanda hisse senetlerinin kümelere ayrılmasında anlamlı olan değişkenler belirlenecektir. Bu çalışmanın aynı zamanda, portföylerini farklı sektörlerdeki şirketlerle çeşitlendirmek isteyen yatırımcılara yol gösterici olması beklenmektedir.

## LİTERATÜR TARAMASI

### Kümeleme Analizi

Farklı alanlarda çalışan araştırmacıların karşılaştığı sorunlardan biri gözlemlenen verilerin nasıl anlamlı hale getirileceğidir. Bu sorunu aşmak için önerilen yöntemlerden biri ise kümeleme analizidir. Kümeleme analizi ilk olarak Tyron (1939) tarafından kullanılmıştır. Kümeleme yöntemleri, eğitim, sağlık,

sosyoloji, biyoloji, finans ve benzeri diğer birçok alanda veri analizinde kullanılan oldukça popüler araçlardır. Kümeleme analizi yöntemi hisse senedi tercihinde son zamanlarda daha fazla dikkate alınmaya başlanmasına rağmen ilk olarak 1939 yılında Tryon tarafından literatüre kazandırılmıştır (Karabayır ve Doğanay, 2010). Kümeleme algoritmaları genellikle müdahalesiz bir analiz sürecini ifade eder (Gan vd., 2007; Liu vd., 2010). Bu süreç bir dizi örnekleme ait verinin bazı benzerlik ölçülerine göre gruplandırılması sürecidir. Kümeleme kullanılan algoritma sadece her bir nesneyi tanımlayan özellikler setine ulaşabilir. Her bir örneğin bölümün içine yerleştirilmesine yönelik herhangi bir bilgi verilmez (Wagstaff vd., 2001). Kümeleme analizinde amaç, bir veri setinin farklı sınıflar veya gruplar içerip içermediğinin ve içeriyorsa bu grupların tespit edilmesidir. Bu yapılırken, kümeyi oluşturan birimler, aralarındaki benzerliklere ve diğer kümelerdeki nesnelere farklı özelliklerine göre sınıflandırılır. Bu sınıflandırmanın diğer yöntemlerden farkı, kümelenemenin önceden tanımlanmış sınıflara dayanmamasıdır (Hajizadeh ve Shahrabi, 2010).

Literatürde birçok kümeleme algoritması bulunmaktadır. Han, Kamber ve Pei (2011) kümeleme yöntemlerinin net bir sınıflandırmasının yapılmasının zor olduğundan, çünkü bu kategorilerin çakışabildiğinden bahsetmektedirler. Bu nedenle bir yöntem birkaç kategoriden özelliklere sahip olabilmektedir. Han, Kamber ve Pei (2011) bu zorluğa karşın kümelene yöntemlerinin nispeten düzenli bir resmini sunmuşlardır. Genel olarak, en popüler temel kümeleme yöntemlerini bölümlene, hiyerarşik, yoğunluk-tabanlı ve grid-tabanlı olarak belirtmektedirler. Bu yöntemler, Tablo 1' de kısaca özetlenmiştir. Bazı kümelene algoritmaları, çeşitli kümeleme yöntemlerinin fikirlerini birleştirir, böylece belirli bir algoritmayı, yalnızca bir kümeleme yöntemi kategorisine ait olacak şekilde sınıflandırmak zordur. Ayrıca, bazı uygulamalarda çeşitli kümeleme tekniklerinin entegrasyonunu gerektiren kümelene kriterleri bulunabilir (Han, Kamber ve Pei, 2011).

**Tablo 1: Kümeleme Yöntemleri**

YÖNTEM	GENEL KARAKTERİSTİKLER
Bölümleme Yöntemleri	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Küre şeklinde birbirlerini dışlayan kümeleri bulur.</li> <li>- Mesafe tabanlıdır.</li> <li>- Küme merkezini temsil etmek için ortalama veya medoid (vb.) kullanılabilir.</li> <li>- Küçük ve orta ölçekli veri kümeleri için etkilidir.</li> </ul>
Hiyerarşik Yöntemler	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kümeleme, hiyerarşik bir ayrıştırmadır (yani, çoklu seviyeler).</li> <li>- Hatalı birleştirme veya ayırma düzeltilemez.</li> <li>- Mikrokırma gibi diğer teknikleri dahil edebilir veya "bağlantı" nesnesini dikkate alabilir.</li> </ul>
Yoğunluk Tabanlı Yöntemler	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rasgele şekilli kümeler bulabilir</li> <li>- Kümeler, düşük yoğunluklu bölgelerle ayrılan, uzayda bulunan nesnelere yoğun bölgeleridir.</li> <li>- Küme yoğunluğu: Her nokta kendi "mahallesi" dahilinde en az sayıya sahip olmalıdır.</li> <li>- Aykırı değerleri filtreleyebilir</li> </ul>
Grid (Izgara-Şebeke) Tabanlı Yöntemler	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bir, çok çözümlü şebeke veri yapısını kullanır.</li> <li>- Hızlı işlem süresi (genellikle veri nesnelere sayısından bağımsız, ancak şebeke boyutuna bağlı)</li> </ul>

**Kaynak:** Han, Kamber ve Pei (2011).

Kümeleme analizi temelde iki farklı şekilde gerçekleştirilir. Bunlardan ilki, hiyerarşik kümeleme analizidir. Bu yöntem uygulamada en sık kullanılan yöntemdir (Kalaycı, 2009). Hiyerarşik kümeleme yöntemleri kendi içerisinde yığılmacı ve bölücü hiyerarşik olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu ikisi arasından en fazla tercih edilen, okunuşunun ve yorumunun kolay olması nedeniyle, yığılmacı hiyerarşik yöntemdir (Kalaycı, 2009). Bu yöntemde, ilk etapta elde edilen gözlemler bir kümede toplanır ve daha sonra bu kümeyle en fazla aykırı olan gözlemler kümeden uzaklaştırılarak diğer kümelerin oluşması sağlanır. Bu yöntemde ise öncelikle araştırmacının ön bilgisine ve tecrübesine dayanılarak küme sayısı belirlenir. Sonra her kümenin belirli bir gözlemi çevresinde benzer gözlemler oluşturularak kümeler meydana getirilir (Kalaycı, 2009).

Hiyerarşik kümeleme yöntemleri içerisinde genellikle Ward yöntemi en iyi sonuç veren yöntem olarak kabul görmektedir (Hands ve Everitt, 1987; Ferreira ve Hitchcock, 2009). Ward yöntemi, aglomeratif kümeleme yöntemleri arasında, klasik kareler toplamı kriterine dayalı olarak her ikili füzyonda grup içi dağılımı minimize ederek kümelerin oluşmasını sağlayan tek yöntemdir (Murtagh ve Legendre, 2014). Bu nedenle Ward yöntemi diğer hiyerarşik yöntemlerinden daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu yöntemde amaç nesnelere küme içerisine, nesnelere arasındaki varyans minimum olacak şekilde yerleştirmektir. Özetle bir kümenin ortasına düşen gözlemin, aynı kümenin içinde bulunan gözlemlerden ortalama uzaklığını esas alır (Aktaran: Tekin ve Gümüş, 2017).

Kümeleme analizinde uzaklık ölçülerine göre oluşturulan kümeler, nesneler içerisinde benzer olanları karşılaştırır. Bununla birlikte örnekler birbirinden farklı olabilir. Uzaklık ölçüleri arasında en sık kullanılanları Öklid ve kareli Öklid uzaklıklarıdır (Kalaycı, 2009). Öklid uzaklığı,  $n \times p$  boyutlu bir veri matrisinde  $i$ . ve  $j$ . birimler (gözlemler, nesneler) arasındaki uzaklıkları doğrudan ölçü biriminde (Öklid uzaklığı) ya da karesel uzaklıklar (Kareli Öklid uzaklığı) biçiminde belirleyen bir ölçüdür. Ward yöntemi uygulandığında kareli Öklid uzaklıklarının hesaplanması gerekmektedir. Öklid uzaklığı aşağıdaki formül ile hesaplanır (Aktaran: Tekin ve Gümüş, 2017).

$$d(i, j) = \sqrt{\sum_{k=1}^p (X_{ik} - X_{jk})^2}$$

Burada  $i = 1, 2, \dots, n$ ;  $j = 1, 2, \dots, n$  ve  $k = 1, 2, \dots, p$  dir.  $N$  birim sayısı ve  $p$  değişken sayısıdır. Kareli Öklid uzaklığı Öklid uzaklığı gibi hesaplanır. Ancak değişkenlere göre toplam uzaklığın karekökü alınmaz.

$$d(i, j)^2 = \sum_{k=1}^p (X_{ik} - X_{jk})^2$$

Kümeleme analizinde nesnelerin kümelere önceden belirlenen küme sayısına göre ayrılması veya küme sayısının analiz tarafından ortaya konması istenebilir. Her iki durumda da dendrogram denilen ağaç diyagramları oluşmaktadır (Da Costa vd., 2005).

### Literatürde Konu ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Hisse senedi tercihi ve portföy oluşturma konuları ile ilgili literatüre bakıldığında, finansal varlıkları fiyatlandırma modeli ve optimal portföy tercihi modeli gibi modern finans modellerinin sıklıkla kullanılmasına rağmen çok değişkenli istatistiksel yöntemlerin kullanıldığı çalışmaların sayısının oldukça sınırlı olduğu dikkati çekmektedir.

Aktaş ve Doğanay (2007) gelişmekte olan ülkelerdeki hisse senedi piyasalarını piyasa verilerine göre gruplandırmışlardır. Sonuçta 3 farklı grup elde etmişlerdir. Çalışma sonucunda, gelişmekte olan piyasaları farklılaştıran temel değişkenlerin toplam piyasa değeri, işlem hacmi ve devir hızı olduğunu belirlemişlerdir. Bununla birlikte piyasa verileri esas alındığında gelişmiş ve gelişmekte olan piyasa ayrımının halâ geçerli olup olmadığını belirlemek amacıyla, yatırım yapılabilir gelişmekte olan hisse senedi piyasaları ile gelişmiş hisse se-



nedi piyasaları da gruplanmıştır. Piyasa verileri esas alındığında bu ayrımın kaybolduğunu belirtilmektedirler.

Karabayır ve Doğanay (2010) Borsa İstanbul 100 endeksinde yer alan şirketleri 10 kümeye ayırarak iki farklı zaman periyodunda karşılaştırılmışlardır. Buna göre, bir yatırımcının ilk zaman periyodunda elinde bulunan hisse senedi kümesini ikinci zaman periyodunda portföyünde tuttuğunda kazanç elde edeceği sonucuna ulaşılmıştır.

Topak (2010) kümeleme analizi ile finansal varlıkları fiyatlandırma modeli ve arbitraj fiyatlandırma modeline alternatif bir risk primi belirleme yaklaşımı sunmuştur. Çalışma sonucunda oluşan 5 kümeye göre, iş ve finansal riski yüksek olan şirketlerin toplam risklerinin de yüksek olacağı, iş ve finansal riski düşük olan şirketlerin toplam risklerinin de düşük olacağı sonucuna ulaşılmıştır. Toplam risk açısından en riskli sektörün tekstil sektörü en az riskli sektörün ise taş-toprak sektörü olduğu görülmüştür.

Kalfa ve Bekçioğlu (2013) tarafından yapılan çalışmada gıda, tekstil ve çimento olmak üzere üç farklı sektörden eşit sayıda seçilen 42 şirketin finansal oranlar kullanılarak kümeleme analizine tabi tutulduğu daha sonra bu sonuçların diskriminant analizi ile test edildiği görülmektedir. Çalışma sonucunda üç küme elde edilmiş ve kümelerin oluşmasında şirketlerin ait oldukları sektörlerin etken bir faktör olduğu görülmüştür. Çalışmada, geleneksel portföy çeşitlendirmesinin öne sürdüğü farklı sektörlerle yatırım yapılması gerektiği olgusunun sağlandığı belirtilmiştir.

Uluslararası alanda ise farklı kümeleme yöntemleri ile şirketlerin ve hisse senetlerinin gruplandırıldığı çalışmalara daha fazla rastlanmaktadır. Bu tarz çalışmalar yapan araştırmacılardan biri olan Arnott (1980) kümeleme analizi ile hisse senetlerinin fiyatlarındaki hareketi incelemiştir. Çalışmasında önemli dış piyasa faktörlerine karşılık gelen 5 hisse senedi kümesi oluşturmuştur. Kümeleme sürecinde, bir kümenin değerinin dış piyasa hisse senedi fiyat hareketlerinin zirve noktası için açıklayıcı olduğu noktaları gözlemlemiştir. Buna göre kümeleme süreci ilgisiz hisse senetleri tarafından seyreltilmeye başlandığında sona erdirilir (Örneğin gıda şirketlerinin kamu hizmetleri kümesine katıldığı noktada). Ortaya çıkan kümelerin, dış piyasa riskinin değerlendirilmesini açıklama gücünün tek indeksli modelden yüzde 30'un üzerinde daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır.

Da Costa vd. (2005) yaptıkları çalışmada 2 farklı zaman aralığından elde ettikleri veriler ile hesapladıkları risk, getiri, fiyat-kazanç oranı, piyasa değeri-defter değeri, fiyat-satış oranı, hisse senedi sayısı-satış oranı ve temettü verimine göre Economatica veri tabanında listelenen Kuzey ve Güney Amerika'dan top-

lam 1959 halka açık şirketten günlük ortalama işlem hacmi 100.000 dolardan yüksek olan 816 şirketi kümeleme analizi ile sınıflandırmışlardır. Çalışma sonucunda, bir yatırımcı eğer birinci zaman aralığındaki kümelerde listelenen hisse senetlerine göre tercih yaparsa söz konusu hisse senetlerinin ikinci zaman aralığında yatırımcıya kazanç sağlayacağı görülmüştür.

Tola vd. (2008), kümeleme algoritmalarının beklenen ve gerçekleşen risk arasındaki oran bağlamında portföylerin güvenilirliklerini arttırabileceğini belirtmektedirler. Çalışmalarında filtrelenmiş korelasyon katsayısı matrisleri kullanarak portföy optimizasyonu gerçekleştirmişlerdir. Söz konusu matrisler orijinal korelasyon katsayısı matrisine farklı filtreleme yöntemleri uygulanarak elde edilmiştir. Araştırmacılar, ortalama bağlantı ve tek bağlantı kümeleme prosedürlerine dayanan iki filtreleme yöntemi önermişlerdir. Bu iki yeni yöntemle göre elde edilen optimal portföy çeşitli araştırmacılar tarafından önerilen model ile karşılaştırılmıştır. Bu modelin ideal şartlarda ve daha gerçekçi koşullar altında geçerli olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Liu vd. (2012), bir manifold öğrenme algoritması olan Isomap (İzometrik Özelik Haritalama) süreci ile CSI 300 endeksinde yer alan şirketleri kapanış fiyatlarını baz alarak kümelemişlerdir. Isomap doğrusal olmayan boyut indirgeme algoritmalarından biridir. Söz konusu araştırmacıların Matlap programında gerçekleştirdikleri analiz sonucunda oluşan grafiğe göre 8 küme meydana gelmiştir. Isomap, hisse senetlerini trendlerine göre kümelediğinde aynı grupta yer alan hisse senetleri benzer trendde sahip olmaktadır. Özetle Isomap kullanılarak hisse senetlerinin sergiledikleri trende göre gruplandırılabilceğini ortaya koymuşlardır. Ayrıca, bir başka doğrusal olmayan boyut indirgeme algoritması olan LLE (Yerel Doğrusal Yerleştirme) ile karşılaştırıldığında Isomap'ın daha etkin sonuçlar verdiği görülmüştür.

Bu konuda yapılan bir başka çalışma ise Momeni, Mohseni ve Soofi'ye (2015) aittir. Araştırmacılar yaptıkları çalışmada Tahran Borsası'nda işlem gören 3 farklı sektördeki 87 şirketi, aktif karlılığı, özsermaye karlılığı, net kar/satışlar, hisse başına kazanç ve faaliyet kar marjı değişkenlerinin analitik hiyerarşi sürecine göre önceliklendirilmesi suretiyle kümeler ayırmışlardır. Sonuç olarak K-ortalamar kümeleme yöntemi kullanılarak tüm şirketler 2 kümede toplanmıştır.

Fodor vd. (2015), Birleşik Devletler'deki çeşitli şirketleri finansal ve operasyonel karakterlerine göre sınıflandırmışlardır. Kümeleme analizinden yararlandıkları çalışmalarında 1.641 şirketi hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemlerinden K-Ortalamar yöntemi ile kümeler ayırmışlardır. 21 değişkenin kullanıldığı çalışma sonucunda 25 küme oluşmuştur. Çalışma sonucunda kümeler arasında finansal karakteristikler ve buldukları sektör itibarıyla önemli farklılıklar

ortaya çıkmıştır. Çalışmanın bir başka bulgusuna göre küme üyeliği farklı hisse senetlerinin getirileri arasındaki farklılığı önemli derecede açıklamaktadır. Getiriler arasındaki ilişkiyi açıklamak için kümeler ve sektörler karşılaştırılmış ve her ikisinde de güçlü bir ilişki olduğu görülmüştür.

Şirketlerin sınıflandırılmalarını konu alan diğer bazı çalışmalar ise Zhou vd. (2002), Doherty vd. (2005), Basalto vd. (2005), Xu vd. (2008), Yu ve Wang (2009), Nanda vd. (2010), Tekin ve Gümüş (2017) tarafından yapılmıştır.

Literatür araştırması sonucunda oluşturulan ve bu çalışma kapsamında geçerliliği araştırılan hipotez ise aşağıdaki gibidir:

**H<sub>1</sub>:** Kümeleme analizi hisse senetlerinin sınıflandırılmasında ve portföy oluşturmada kullanılabilecek etkili bir yöntemdir.

## ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu çalışmada, kümeleme yöntemlerinden hiyerarşik kümeleme yöntemi, hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemi ve iki adımlı (aşamalı-Twostep) kümeleme yöntemi kullanılmıştır. Hiyerarşik kümelemede Ward yöntemi ve uzaklık ölçüsü olarak kareli Öklid uzaklığı kullanılmıştır.

Çalışmada, 5 Nisan 2016 tarihi itibarıyla Borsa İstanbul 100 (BIST 100) endeksinde işlem gören, spor kulüpleri ve finansal şirketler haricindeki şirketlerin finansal göstergeleri temel alınmıştır. Şirketlerin mali tablolarına Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP)' nun internet sitesinden ve şirketlerin kendi web sayfalarından ulaşılmıştır. Ayrıca kar ile ilişkili oranların (Fiyat/Kazanç, Temettü verimi, Hisse Başı Kar, Özsermaye Karlılığı) hesaplanabilmesi amacıyla 2015 yılında kar açıklamayan firmalar analiz dışı bırakılmıştır. Risk ve getiri değerleri 5 Nisan 2015 tarihinden önceki son 100 günlük değerleri kapsamaktadır. Çalışmada kullanılan değişkenler ise Tablo 1' de görüldüğü gibidir. Bu değişkenler, şirket ve hisse senedi değerlemesi ve portföy oluşturmayı konu alan çalışmalarda en fazla dikkate alınan değişkenlerdir. Bu çalışma kapsamında söz konusu değişkenlerin neden seçildikleri aşağıda ifade edilmeye çalışılmıştır.

**Tablo 1:** Çalışmada Kullanılan Finansal Rasyolar

Finansal Göstergeler	Gösterim
Fiyat/Kazanç	F/K
Piyasa Değeri/Defter Değeri	PD/DD
Risk	R
Ortalama Getiri	OG
Temettü Verimi	TV
Özsermaye Karlılığı	ÖSK
Hisse Başına Kar	HBK

$F/K$  oranı, yatırımcıların elde edilen her bir liralık vergi sonrası kar başına ne kadar ödemeye istekli olduklarını gösterir. Hisse başına fiyatın hisse başına kazanca bölünmesiyle hesaplanır.

Bir şirketin  $PD/DD$  değeri ise şirkete yapılan yatırımların bugünkü değerleri ile maliyetlerini karşılaştırmaktadır. Bu oran ne kadar yüksek ise yatırımcıların o şirketi o kadar fazla beğendikleri sonucuna ulaşılır. Bu oran hisse senetlerinin piyasa değerlerinin hisse başına defter değerine oranıdır. Hisse başına defter değerinin hesabında ise şirketin özsermayesinin defter değeri (ödenmiş sermaye + dağıtılmayan karlar) piyasadaki hisse senedi sayısına bölünür. Demir (2001), Ege ve Bayrakdaroğlu (2012) ve Korkmaz ve Karaca (2013) gibi araştırmacılar yaptıkları çalışmalarda bu iki oranın hisse senedi getirisi ve şirket performansı üzerindeki etkisine dikkat çekmişlerdir.

Finansal piyasalar ve yatırım kararları bağlamında *risk*, getirilerin olasılık dağılımının varyansı olarak tanımlanır (Mazıbaş, 2005). Bu çalışmada ise risk, hisse senetlerinden beklenen getirilerin gerçekleşme olasılıklarındaki belirsizliği ifade etmektedir. Risk hesabında genel olarak, beklenen getirinin standart sapması veya varyansı dikkate alınır. Bilindiği gibi standart sapma varyansın kareköküdür. Bu nedenle aslında her iki alternatifte aynı şeyi ifade etmektedir.

Çalışmada kullanılan *getiri* değişkeni ise beklenen getiriyi ifade etmekte olup hisse senetlerinin *günlük getirilerinin geometrik ortalaması* olarak alınmıştır. Ortalama getiri hisse senetlerinin günlük getirilerinin aritmetik ortalamasını ifade etmektedir. Geometrik ortalama ise,

$$X_G = \sqrt[n]{x_1 \cdot x_2 \cdot \dots \cdot x_n}$$

şeklinde formüle edilir. Beklenen getiri için bu formülasyonun kullanılması, negatif değerler nedeni ile sapmalı sonuçlara neden olabileceğinden *beklenen getirinin* hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılmıştır (Tekin ve Gümüş, 2017).

$$1 + Geo = [(1 + X_1) \times (1 + X_2) \times \dots \times (1 + X_n)]^{1/n}$$

Hisse senedinin elde tutulma süresi boyunca, yatırımcılar elde edilen temettü gelirlerinden faydalanmaktadırlar. Bu nedenlerle ödenen temettü miktarlarının hisse senetlerinin değerlendirilmesinde dikkate alınması gerekmektedir. *Temettü verimi* "verim oranı" olarak da bilinmektedir ve aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır;

$$\text{Temettü Verimi} = \frac{\text{Hisse Başına Kar Payı}}{\text{Hiss Senedi Fiyatı}}$$

Kurtaran vd. (2015) temettü veriminin diğer bazı finansal oranlarla beraber şirket değeri üzerinde anlamlı-pozitif etkisinin olduğunu ortaya koymuşlardır. Temettü veriminin önemine işaret eden diğer bazı çalışmalar ise Aydoğan ve Güney (1997), Ang ve Liu (2007), Ünlü vd. (2009) tarafından yapılmıştır.

Donaldson ve Davis (1991), Omran ve Ragab (2004), Dehuan ve Jin (2008), Siqueira vd. (2012) gibi araştırmacılar *özsermaye karlılığı* ile şirket performansı ve hisse senedi getirileri arasındaki ilişkileri yaptıkları çalışmalarda ele alan araştırmacılardan bazılarıdır. Bir şirketin özsermaye karlılığı, vergiden sonraki karının özsermayesine oranı ile hesaplanmaktadır. Bu oran şirket ortaklarının şirkete yatırdıkları her bir lira karşılığında elde ettikleri getiriyi ortaya koymaktadır (Tekin ve Gümüş, 2017).

$$\text{Özsermaye Karlılığı} = \frac{\text{Net Kar}}{\text{Özsermaye}}$$

*Hisse başına kar (HBK)*, şirket hissesi başına kazanç anlamına gelir. Hisse başına kar, bir şirketin aynı zamanda kârlılığının bir göstergesidir. HBK aynı zamanda yönetim etkinliği ve firma performansının bir ölçütüdür (Umar ve Musa, 2013). Yüksek HBK, yatırımcılara büyük bir gelir fırsatı sunacağı için yorumlanabilir. HBK, yatırımcıların şirketin karlılık düzeyini kullanarak karar almasına yardımcı olan bir araçtır. Hisse başına düşen kazanç, hisse senedi fiyatını önemli ölçüde etkiler. Bunun nedeni, HBK' ın bir şirketin mali sağlamlığının önemli bir göstergesi olmasıdır. Hisse başına yüksek kazanç, şirketin yatırımcılar için büyük bir gelir fırsatı sağlayacağı şeklinde yorumlanır. Bir yatırımcı temettü alma umuduyla bir şirketin hisselerini satın alır veya elindeki hisseleri tutmaya devam eder. Kar genellikle temettü ödemelerinin ve hisse senedi değerindeki artışların belirlenmesinde esastır (Talamati ve Pangemanan, 2015).

$$HBK = \text{Net Kar} / \text{Toplam Hisse Senedi Sayısı}$$

## Analiz

Milligan ve Cooper (1987), kümeleme analizinde oluşacak kümelerin belirlenmesi amacıyla yedi adımdan oluşan bir yapının kullanıldığını belirtmişlerdir. Araştırmanın ve uygulamanın niteliğine göre söz konusu adımlar şu şekilde sıralanmıştır (Çakmak, 1999);

1. İlk olarak kümelendirilecek birimler/elemanlar kümenin genel yapısını temsil edecek şekilde seçilmelidir.
2. Daha sonra bireylerin kümeleneğine izin verecek yeterli bilgiyi içeren değişkenler seçilmelidir.

3. Verilerin standartlaştırılıp standartlaştırılmayacağına karar verilmelidir.
4. Uzaklık veya benzerlik ölçütü belirlenmelidir.
5. Araştırmanın amacına uygun kümeleme yöntemi seçilmelidir. Farklı yöntemlerle farklı sonuçlara ulaşılabilmektedir.
6. Küme sayısı belirlenmelidir.
7. Kümeleme analizindeki son ve en önemli adımdır. Yorumlamayı, test ve uygulanabilirliği içerir. Yorum, araştırmacının uygulama alanı hakkında özel bilgi sahibi olması ile mümkündür.

Test, yapılan analiz sonucu oluşan kümelerin anlamlı olup olmadığının belirlenmesini içerir. Uygulanabilirlik ise elde edilen sonuçların diğer örneklerle ya da evrene uygulanıp uygulanamayacağına tespit edilmesidir. Bu çalışma kapsamında yapılan analizde de bu adımlar göz önünde bulundurulmuştur.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

### Hiyerarşik Kümeleme Analizi

Bu çalışmada öncelikle Aldenderfer ve Blashfield (1984) tarafından önerilen hiyerarşik kümeleme analizi SPSS 21.0 paket programı yardımı ile gerçekleştirilmiştir. Bu yöntemde hisse senetlerinin korelasyon katsayıları olabilirlik matrisinde girdi olarak kullanılır. Daha sonra benzer hisse senetleri birleştirilir. Sonuçta elde edilen kümeler, bir dendrogramda (hisse senetlerinin ilişkilerinin hiyerarşik oluşumunu gösteren bir ağaç diyagramı) sergilenmektedir. Sokal ve Michener'in (1958) tekniği ise halihazırda var olan bir kümeye bir hisse senedi eklemek için kullanılmıştır. Teknik, rastgele hareketleri telafi etmek için zaman içindeki ortalama geri dönüşleri dikkate alır.

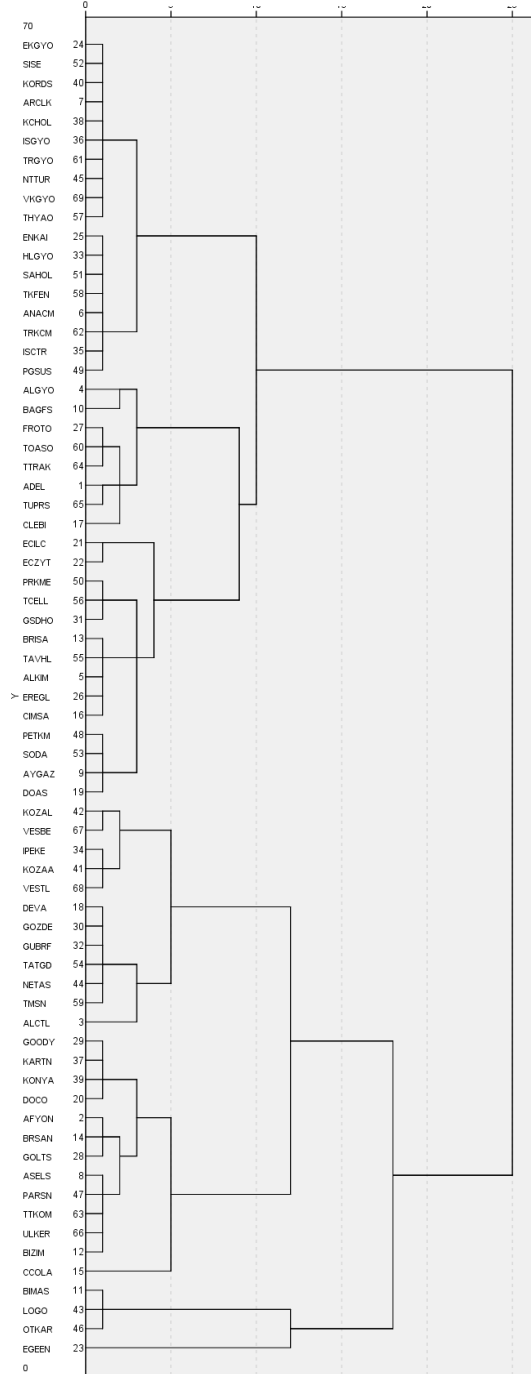
Yapılan hiyerarşik kümeleme analizinde hiyerarşik yöntemlerden Ward yöntemi ve uzaklık ölçüsü olarak kareli Öklid Uzaklığı kullanılmıştır. Kümeleme analizinde kullanılan uzaklık ölçüleri kullanışlı olmakla birlikte değişkenlerin ölçü birimlerinden kolaylıkla etkilenirler. Örneğin, belirli bir ölçü biriminde iki birim birbirlerine en uzak olacak şekilde gruplanırken, ölçü birimleri değiştiğinde birbirlerine daha yakın hale gelerek bireyler arasındaki uzaklıkların sırası değişebilmektedir. Bu nedenle uzaklık hesaplamasından önce değişkenlerin standartlaştırılması yoluna gidilmelidir (Aldenderfer ve Blashfield, 1984; Çakmak, 1999).

Kümeleme Analizinde, standartlaştırılmış ya da standartlaştırılmamış değerler kullanılabilir. Ayrıca, diğer çok değişkenli istatistik tekniklerinde önemli olan verilerin normalliği varsayımı, kümeleme analizinde çok önemli de-  
ğildir.

dir. Uzaklık değerlerinin normalliği yeterli sayılmaktadır (Tatlıdil, 2002; Ada, 2015). Bu çalışmada hem standartlaştırılmış veriler hem de standartlaştırılmamış veriler ile ortaya çıkan kümeler karşılaştırma yapılabilmesi amacıyla birlikte sunulmuştur. Ancak değerlendirmeler ve yorumlar z skorları ile standartlaştırılmış veriler üzerinden gerçekleştirilecektir<sup>1</sup>.

Uygulama sonucunda oluşan dendrogram grafiği aşağıdaki gibidir (Grafik 1). Grafiğin yatay ekseninde hisse senetleri, dikey ekseninde ise hisse senetlerinin birbirlerine olan uzaklıkları ve oluşturdukları kümeler arasındaki bağlantılar görülmektedir. Grafik 1 standartlaştırılmış veriler ile kümeleme analizi sonucunu göstermektedir. Grafiğe bakıldığında bir birim uzaklıkta 21 kümenin olduğu görülmektedir. En uygun küme sayısının ise 10 küme ile 3 birim uzaklıkta gerçekleştiği söylenebilir (her kümeye düşen farklı hisse senedi sayısı açısından değerlendirilmiştir). Bu sonuca varılırken, küme başına gözlem sayısının mümkün olduğu kadar birbirine yakın olması dikkate alınmıştır. Ayrıca, kümeleme analizinde amaç, aynı kümelerde en benzer birimler yer alacak şekilde birimleri veya nesnelere olabildiğince birbirinden ayrı kümelerde toplamaktır.

**Grafik 1: Dendrogram Grafiği**



<sup>1</sup> Not: Tablolarda ve grafiklerde verilen değerler standartlaştırılmamış (ham) değerleri ifade etmektedir.



Kümelerin birleşme süreçleri ise Ek 1' de verilen aglomeratif tablonun incelenmesi suretiyle anlaşılabilir. Aglomeratif tabloda, finansal değişkenlere bağlı katsayıya (coefficients) göre birbirlerine en çok benzeyen hisse senetleri eşleştirilir. Aglomeratif tabloda n-1 adet aşama vardır. Buna göre hisse senedi ve  $69-1=68$  adet aşama söz konusudur. Bu tablo aracılığı ile ayrıca, hangi hisse senedinin hangi aşamada hangi hisse senedi ile kümelendiği de görülebilir (Tekin, 2015). Standartlaştırılmamış veriler ile analiz yapıldığında ise bir birim uzaklıkta 10 kümenin oluştuğu görülmektedir. Bu nedenle ideal küme sayısının da 1 birim uzaklıkta oluşan kümelerden oluştuğu görülmektedir (Ek 2).

Farklı mesafelerde oluşan kümelerdeki gözlemler genellikle "3" birim uzaklıklarda kümelenebilir görünmektedir. Bu nedenle en uygun küme sayısının 10 olduğu sonucuna varılmıştır. Alternatif bir sonuç olarak 9 birim uzaklıkta oluşan 5 küme de dikkate alınabilir ve bundan sonraki değerlendirmeler 9 birim uzaklıkta oluşan kümeler için de ayrıca yapılabilir.

Statman (1987) rastgele seçilen hisse senetlerinden oluşturulacak bir portföyün, 30-40 arasında hisse senedini içermesi gerektiğini tespit etmiştir. Küçükkoçaoğlu (2002), BIST 30 hisse senetlerinden oluşturulacak bir optimal portföyün 6 varlıktan meydana gelmesi gerektiğini belirtmektedirler. Gökçe ve Cura (2003), BIST 30 endeksinden iyi çeşitlendirilmiş bir portföyün 6-14 hisse senedinden oluşması gerektiğini belirtmektedirler. Demirtaş ve Güngör (2004) BIST 30 endeksinden en düşük riske sahip portföyün 19 hisse senedi ile mümkün olduğunu belirtmektedirler. Atan (2005) BIST 100 endeksinden getiri sabitken düşük riskli portföyün 22 hisse senedinden oluşması gerektiğini belirtmektedir. Bu bağlamda portföy oluşturmaya uygun kümede yer alan hisse senedi sayısının toplam 69 adet firmanın analizde yer aldığı göz önüne alındığında en az 15-20 arasında olması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bilgi hem hiyerarşik kümeleme analizi yöntemine göre hem de K-Ortalamlar yöntemine göre yapılan analizlerde dikkate alınmıştır.

Tablo 2, "üç" birim mesafeye göre oluşturulan 10 kümeyi göstermektedir. Bu kümeler genel olarak incelendiğinde Küme 1' de 18 adet hisse senedi yer almaktadır. Hisse senetlerinin sektörlere dağılımına bakıldığında gayrimenkul yatırım ortaklıklarının çoğunlukta olduğu görülmektedir. Bunun sebebi aynı sektörde faaliyet göstermelerinden dolayı benzer varlık ve sermaye gayrimenkul (GYO) sektöründe bu analiz kapsamında yer alan şirketleri birbirlerinden ayıran ciddi anlamda farklı finansallar söz konusu değildir. Diğer yandan Küme 1' de cam imalatı sektöründe, havacılık ulaştırma sektöründe, inşaat sektöründe, turizm sektöründe ve beyaz eşya sektöründe faaliyet gösteren şirketler ile holding şirketleri yer almaktadır. Literatürdeki çalışmalardan hareketle Küme 1' in BIST 100 için iyi bir çeşitlendirilmiş portföy sunduğunu söyleyebiliriz.

Küme 2' ye bakıldığında ise otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firmaların yoğunlukta olduğu görülmektedir. Bununla birlikte farklı sektörlerde faaliyet gösteren örneğin TUPRS, CLEBI gibi firmalar dabu kümede yer almaktadır. Bu nedenle toplam 8 adet hisse senedinden oluşan Küme 2' de iyi bir çeşitlendirme sunmaktadır.

Portföy oluşturmaya uygun olduğu düşünülen bir başka Küme ise Küme 4' tür. Küme 4' teki şirketlerin hemen hemen hepsi farklı sektörlerde yer almaktadır. Hava limanı işletmeciliği, holding, çimento, enerji, demir-çelik, lastik, kimya, iletişim, otomotiv gibi farklı sektörlerde faaliyet gösteren şirketlerin hisse senetlerinden oluşmaktadır. Kümede toplam 12 şirket yer almaktadır.

Çeşitlendirme açısından bakıldığında değerlendirilebilecek bir başka Küme ise Küme 7' dir. Küme 4' te olduğu gibi farklı sektörlerde ait şirketlerin hisse senetleri bu kümede bir araya gelmiştir.

**Tablo 2: Standartlaştırılmış Veriler ile 3 Birim Uzaklıkta Oluşan Kümeler**

Küme 1			Küme 2		Küme 3		Küme 4		Küme 5
EKGYO	NTTUR	ANACM	ALGYO	CLEBI	ECILC	PRKME	CIMSA	KOZAL	
SISE	VKGYO	TRKCM	BAGFS	TTRAK	ECZYT	TCELL	PETKM	VESBE	
KORDS	THYAO	PGSUS	FROTO	ADEL		GSDHO	SODA	IPEKE	
ARCLK	ENKAI	TRGYO	TOASO	TUPRS		BRISA	AYGAZ	KOZAA	
KCHOL	HLGYO	TKFEN				TAVHL	DOAS	VESTL	
ISGYO	SAHOL					ALKIM	EREGL		
Küme 6		Küme 7		Küme 8	Küme 9	Küme 10			
DEVA	ALCTL	GOODY	GOLTS	CCOLA	BIMAS	EGEEN			
GOZDE		KARTN	ASELS		OTKAR				
GUBRF		KONYA	PARSN		LOGO				
TATGD		DOCO	TTKOM						
NETAS		AFYON	ULKER						
TMSN		BRSAN	BIZIM						

Tablo 3' te ise oluşan kümelerde yer alan hisse senetlerine ilişkin finansal göstergelerin küme ortalamaları görülmektedir. Buna göre;

- F/K oranı en yüksek hisselerin 7. kümede yer aldığı bununla birlikte CCOLA' nın tek başına oluşturduğu küme olan küme 8' in F/K oranı en yüksek küme olduğu görülmektedir.
- PD/DD oranı bağlamında oluşan kümelere bakıldığında ise Küme 9' da bu oran en yüksektir. Küme 9, BIMAS, OTKAR VE LOGO hisse senetlerinden oluşmaktadır.
- Risk düzeyi en düşük küme ise Küme 4' tür.
- Getirisi en yüksek olan Küme 8 (CCOLA) ve küme 10 (EGEEN)' dur.

- TV oranı en yüksek olan küme ECILC ve ECZYT hisselerinden oluşan küme 3' tür.
- ÖSK' si en yüksek olan Küme 2 ve 9' dur.
- HBK' 1 en yüksek olan ise Küme 2' dir.
- Diğer yandan tek başına küme oluşturan CCOLA 5 birim uzaklıkta Küme 7 ile birleşmekte ve yine tek başına küme oluşturan EGEEN ise 12 birim uzaklıkta Küme 9 ile birleşmektedir. ECILC ve ECZYT ise 4 birim uzaklıkta Küme 4 ile birleşmektedir. Bu birleşmelerin en benzer kümelerin ve hisse senetlerinin birleşmesi ile meydana geldiği göz önüne alındığında toplam küme sayısı 7' ye düşmekte ve değerlendirmeler bu kümeler üzerinden yapılabilmektedir.

Bu sonuçlara göre bir yatırımcının riski düşük tutup getiriye en çoklama hedefi olduğu varsayıldığında küme 4, küme 7 veya küme 9' da yer alan hisse senetleri ile bir çeşitlenmeye gidebileceği öngörülebilir. Dolayısıyla riskten kaçınan (risk aversion) yatırımcı profili Küme 1 ve 4' ü tercih edecektir. Riski seven veya risk arayan (Risk seeking) kesim ise daha çok getiri hedefi ile Küme 5, Küme 6, Küme 9 ve Küme 10 ile çeşitlendirme yapabilecektir.

Temettü verimini dikkate alarak çeşitlendirmeye gitmek isteyen bir yatırımcı ise hisse senedi seçimini birden fazla hisse senedi ve sektör üzerine yapmak istediği durumda Küme 4' te yer alan hisse senetlerini (Ortalama TV=9,2%) tercih edebilecektir.

Yatırımcılar hisse senedi yatırımı yaparken ilk olarak şirketlerin finansal performanslarına bakarlar. Finansal performansın iyi birer ölçüsü ise HBK ve ÖSK' dir. Hisse başına kazanç ve özsermaye karlılığı hisse senedi fiyatını eş anlamlı olarak etkileyen iki önemli finansal orandır. Tablo 3'e göre hisse başına kazanç ve özsermaye karlılığı birlikte değerlendirildiğinde bu iki değer ortalamasının ve hisse senedi sayısının en yüksek küme 2'de olduğu görülmektedir.

Tablo 3'e göre hisse başına kazanç ve temettü verimi birlikte değerlendirildiğinde ise bu iki değer ortalamasının ve hisse senedi sayısının en yüksek olduğu küme 2 ve küme 4'ün tercih edilebileceği görülmektedir. Küme 4' ün aynı zamanda risk düzeyinin en az olduğu hisse senetlerinden oluştuğu göz önüne alındığında portföy oluşturmaya oldukça elverişli olduğu düşünülmektedir. Yine Küme 4' ün ÖSK değerinin de yüksek olduğu görülmektedir.

ÖSK değeri baz alınarak kümeler değerlendirildiğinde Küme 2'de yer alan hisse senetleri (ÖSK =41,51%) ile portföy oluşturulabileceği görülmektedir. Ancak Küme 2'nin riski (SD=2,09) küme 4'e göre daha yüksektir. Ortalama getirilere bakıldığında ise Küme 2' de daha yüksek (OG=0,10) olduğu görülmektedir.

Yatırımcılar için önemli göstergelerden biri olan Fiyat/Kazanç oranı, yüksek ve düşük olmasına göre hisse senetlerinin sınıflandırılmasında kullanılmaktadır. Bu çalışmada Fiyat/Kazanç oranı temel alınarak değerlendirme yapıldığında ise bu oranın genel olarak 15' in altında olduğu hisseler ucuz, üstünde olduğu hisseler pahalı kabul edildiğinden Küme 1, Küme 2 ve Küme 4' ün çeşitlendirme açısından en uygun kümeler olduğu görülmektedir. Fiyat/Kazanç oranının yatırım yapılacak hisse senetleri için genel olarak düşük çıkması istenir. PD/DD oranına göre değerlendirme yapıldığında ise bu oranın da Fiyat/Kazanç oranının da olduğu gibi çok yüksek olması istenmez.

**Tablo 3: Kümelerin Finansal Gösterge Ortalamaları**

KÜME 1	F/K	PD/DD	R	OG	TV	ÖSK	HBK
<b>Ortalama</b>	9.7222	0.9722	1.99	0.0457	2.3444	12.171	0.7461
KÜME 2	F/K	PD/DD	R	OG	TV	ÖSK	HBK
<b>Ortalama</b>	9.525	3.525	2.093	0.1027	4.8	41.511	5.383
KÜME 3	F/K	PD/DD	R	OG	TV	ÖSK	HBK
<b>Ortalama</b>	32.2	0.75	2.47	0.1919	10.45	2.28	0.24
KÜME 4	F/K	PD/DD	R	OG	TV	ÖSK	HBK
<b>Ortalama</b>	10.116	1.8166	1.8183	0.0587	9.2	20.438	0.9683
KÜME 5	F/K	PD/DD	R	OG	TV	ÖSK	HBK
<b>Ortalama</b>	14.3	1.34	3.912	0.05736	1.82	5.726	0.812
KÜME 6	F/K	PD/DD	R	OG	TV	ÖSK	HBK
<b>Ortalama</b>	17.92857	2.214286	3.061429	0.2215	0.514286	15.4	0.382857
KÜME 7	F/K	PD/DD	R	OG	TV	ÖSK	HBK
<b>Ortalama</b>	38.125	3.4	2.205833	0.079342	1.45	9.484167	2.963333
KÜME 8	F/K	PD/DD	R	OG	TV	ÖSK	HBK
<b>Ortalama</b>	86.9	2.8	2.93	0.3434	0.3	3.53	0.46
KÜME 9	F/K	PD/DD	R	OG	TV	ÖSK	HBK
<b>Ortalama</b>	33.2	11.5	2.91	0.2276	1.966667	38.27333	2.276667
KÜME 10	F/K	PD/DD	R	OG	TV	ÖSK	HBK
<b>Ortalama</b>	9.8	5	2.83	0.2383	3.8	61.09	32.38

### Kruskal Walli's Testi

Hisse senetlerinin kümelere ayrılmasında çalışmada kullanılan finansal göstergelerin anlamlı olup olmadıklarının tespit edilmesi amacıyla Kruskal Wallis testi yapılmıştır. Kruskal Wallis testinin kullanılma sebebi verilerin normal dağılmasıdır (Kolmogorov-Smirnov testi sonuçları ve Skewness-Kurtosis değerleri baz alınmıştır). Analize küme içerisinde 5 ve daha fazla hisse senedi bulunan kümeler dahil edilmiştir. Araştırma hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

**H1:** F/K oranı hisse senetlerinin kümelere ayrılmasında anlamlıdır.

**H2:** PD/DD oranı hisse senetlerinin kümelere ayrılmasında anlamlıdır.

**H3:** R oranı hisse senetlerinin kümelere ayrılmasında anlamlıdır.

**H4:** OG oranı hisse senetlerinin kümelere ayrılmasında anlamlıdır.

**H5:** TV oranı hisse senetlerinin kümelere ayrılmasında anlamlıdır.

**H6:** ÖSK oranı hisse senetlerinin kümelere ayrılmasında anlamlıdır.

**H7:** HBK oranı hisse senetlerinin kümelere ayrılmasında anlamlıdır.

Analiz sonuçları Ek 4'te sunulmuştur. Tüm değişkenlerin  $p < 0.05$  olması nedeniyle bu çalışmada kullanılan tüm değişkenler kümelere göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ve tümü kümelenebilirler içindir.

### K- Ortalamalar Yöntemi

K-ortalamlar en popüler kümeleme algoritmalarından biridir (Halkidi vd., 2001; Kanungo vd., 2002; Pakhira vd., 2004; Hajizadeh ve Shahrabi, 2010). K- ortalamlar algoritması ilk olarak MacQueen (1967) tarafından önerilmiştir. K-ortalamlar yöntemi, büyük miktarlarda ve karmaşık verilerden basit, kullanımı kolay ve anlamlı kümeler oluşturulması amacıyla kullanılan bir kümeleme algoritmasıdır. K-ortalamlar yöntemi, bir veri kümesini k gruba müdahalesiz olarak ayırmak için yaygın olarak kullanılan bir başka kümeleme yöntemidir. Yöntem k başlangıç küme merkezlerini seçerek ve ardından bunları aşağıdaki gibi tekrarlayarak rafine eder (Wu ve Yang, 2002; Gan vd., 2007; Jain, 2010):

1. Her bir örnek, en yakın küme merkezine atanır.
2. Her bir küme merkezi, onu oluşturan örneklerin ortalaması olarak güncellenir.

K-ortalamlar kümeleme algoritmasının aşamaları aşağıdaki gibi tanımlanmıştır (Momeni vd., 2015; Wicaksono vd., 2017):

- Başlangıç aşaması: Nesneleri rasgele olarak k kümesine ayırır.
- Tekrarlama aşaması:
  - Her bir kümenin merkezini, verilerin ortalaması olarak hesaplar.
  - Her nesneden her kümeye uzaklığı (Kareli Öklid Uzaklığı gibi) hesaplar.
  - Karesel hata fonksiyonu hesaplanır.
- İyileştirme aşaması: Her nesneyi en yakın merkezle birlikte kümeye atar.

- Durma aşaması: Bu işlem hiçbir nesnenin kümeleri hareket ettirmede-ği ana kadar devam eder.

### Analiz Sonuçları

Aşağıdaki Tablo hangi hisse senedinin hangi kümede olduğunu ve uzaklık değerlerini göstermektedir. Aynı kümede olanlara bakılarak bu kümelere bir isim verilebilir.

**Tablo 4:** K-Ortalamlar Yöntemine Göre Oluşan 5 Küme (Küme Üyeliği Tablosu)

Hisse Senedi Numarası	Hisse	Küme	Uzaklık
1	ADEL	3	11.321
2	AFYON	2	8.883
3	ALCTL	3	9.001
4	ALGYO	3	16.546
5	ALKIM	5	5.306
6	ANACM	5	10.848
7	ARCLK	5	8.864
8	ASELS	2	5.494
9	AYGAZ	5	8.482
10	BAGFS	4	12.640
11	BIMAS	3	22.821
12	BIZIM	2	8.184
13	BRISA	3	2.743
14	BRSAN	2	11.683
15	CCOLA	1	.000
16	CIMSA	5	12.150
17	CLEBI	4	14.716
18	DEVA	5	4.547
19	DOAS	3	10.552
20	DOCO	2	9.844
21	ECILC	2	16.233
22	ECZYT	2	8.609
23	EGEEN	4	19.049
24	EKGYO	5	1.353
25	ENKAI	5	2.262
26	EREGL	5	5.278
27	FROTO	3	4.058
28	GOLTS	2	23.546
29	GOODY	5	12.240
30	GOZDE	5	3.619
31	GSDHO	3	16.828
32	GUBRF	5	10.605
33	HLGYO	5	5.588

Tablo 4: (Devamı)

Hisse Senedi Numarası	Hisse	Küme	Uzaklık
34	IPEKE	5	12.568
35	ISCTR	5	7.122
36	ISGYO	5	14.674
37	KARTN	2	7.574
38	KCHOL	5	5.659
39	KONYA	2	10.799
40	KORDS	5	3.681
41	KOZAA	5	13.300
42	KOZAL	5	12.713
43	LOGO	3	25.014
44	NETAS	5	10.743
45	NTTUR	5	8.067
46	OTKAR	3	20.472
47	PARSN	2	11.118
48	PETKM	3	7.921
49	PGSUS	5	5.407
50	PRKME	5	11.375
51	SAHOL	5	4.145
52	SISE	5	2.779
53	SODA	3	10.523
54	TATGD	5	6.339
55	TAVHL	3	5.502
56	TCELL	5	10.081
57	THYAO	3	12.971
58	TKFEN	5	2.696
59	TMSN	2	12.231
60	TOASO	3	3.967
61	TRGYO	5	14.502
62	TRKCM	5	5.635
63	TTKOM	5	14.839
64	TTRAK	3	7.918
65	TUPRS	3	10.664
66	ULKER	5	17.365
67	VESBE	3	8.077
68	VESTL	2	5.491
69	VKGYO	5	6.391

Küme üyeliği tablosuna göre oluşan kümeler Tablo 5' te daha anlaşılır şekilde sunulmuştur. Tabloya göre 69 firma arasından ve sadece çeşitlendirme yapılmak suretiyle portföy oluşturulmak istendiğinde hisse senedi sayısı açısından en uygun kümenin Küme 3 (18 adet hisse senedi) olduğu görülmektedir.



**Tablo 5: Kümelerde Yer Alan Hisse Senetleri**

OLUŞAN KÜMELER	HİSSE SENETLERİ
<b>Küme 1</b>	COLLA
<b>Küme 2</b>	ASELS AFYON BRSAN DOCO ECILC ECZYT GOLTS KARTN KONYA PARSN BIZIM VESTL TMSN
<b>Küme 3</b>	ADEL ALCTL ALGYO BIMAS BRISA DOAS FROTO GSDHO LOGO OTKAR PETKM SODA TAVHL THYAO TOASO TTRAK TUPRS VESBE
<b>Küme 4</b>	BAGFS CLEBI EGEEN
<b>Küme 5</b>	ALKIM ANACM AYGAZ ARCLK CIMSAA DEVA EKGYO ENKAI EREGL GOODY GOZDE GUBRF HLGYO IPEKE ISCTR ISGYO KCHOL KORDS KOZAA KOZAL NETAS NTTUR PGSUS PRKME SAHOL SISE TATGD TCELL TKFEN TRGYO TRKCM TTKOM ULKER VKGYO

Aşağıdaki Tablo 6' da ise değişkenlerin kümelerdeki ortalamaları yer almaktadır. Küme 3' ün ortalamalarına bakıldığında F/K değerinin 13.47; PD/DD değerinin 4.17; R değerinin 2.35; OG değerinin .14; TV değerinin 5.22; ÖSK değerinin 31.39 ve HBK değerinin 2.81 olduğu görülmektedir.

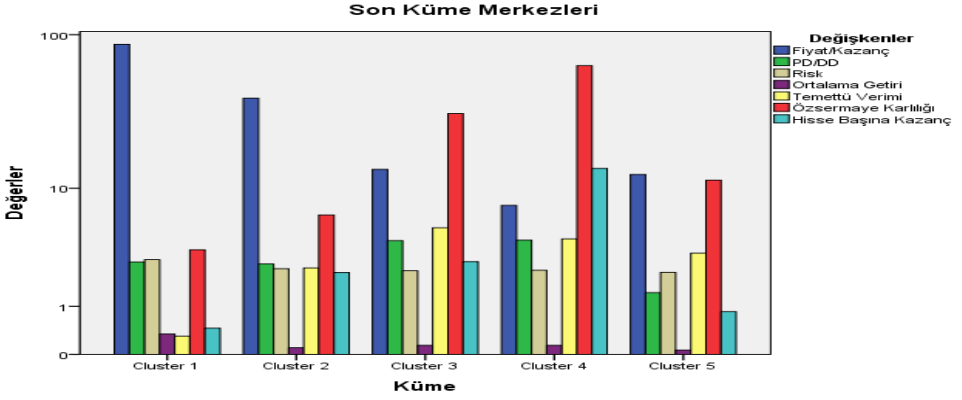
K-Ortalamalar yöntemi sonucunda COLLA hisse senedinin tek başına küme oluşturduğu ortaya çıkmıştır. Bunun nedeni araştırıldığında, bu hisse senedinin küme oluşturmasında belirleyici olan finansal göstergelerin Tablo 6' da görüldüğü gibi diğer kümelerden oldukça farklı olduğu görülmüştür.

**Tablo 6: Değişkenlerin Kümelerdeki Ortalamaları**

	KÜME				
	1	2	3	4	5
Fiyat/Kazanç	86.90	39.45	13.47	7.60	12.44
Piyasa Değeri/Defter Değeri	2.80	2.69	4.17	4.20	1.44
Risk	2.93	2.44	2.35	2.37	2.27
Ortalama Getiri	.34	.10	.14	.14	.06
Temettü Verimi	.30	2.48	5.22	4.30	3.31
Özsermaye Karlılığı	3.53	6.49	31.39	63.68	11.37
Hisse Başına Kar	.46	2.26	2.81	13.67	.85

Tablo 6' da ifade edilen durum Grafik 2' den de görülebilir. Grafiğe göre örneğin Küme 3 ve 4 için ÖK değeri en belirleyici orandır<sup>2</sup>. Küme 1 için ise F/K oranı ve HBK oranı en belirleyici oranlardır.

<sup>2</sup> Not: Tablolarda ve grafiklerde verilen değerler standartlaştırılmamış (ham) değerleri ifade etmektedir.

**Grafik 2: Değişkenlerin Küme Dağılımlarının Bar Grafiği**


Tablo 7 (Anova Tablosu), K-Ortalamlar yönteminin kullanılması sonucu değişkenlere ilişkin oluşan istatistik bilgileri sunmaktadır. ANOVA tablosu değişkenlerin kümelere ayırmada anlamlı olup olmadıklarının görülmesi amacıyla kullanılmaktadır. Tablo incelendiğinde "Risk" ve "Temettü Verimi" değişkenleri hariç olmak üzere değişkenlerin kümelere ayırmada anlamlı oldukları görülmektedir. Bunun yanı sıra F değerlerine bakıldığında kümelere ayırmada en etkili değişkenin ÖSK (F=89.859) olduğu görülmektedir. En az etkili değişkenler ise sırasıyla PD/DD (F=4.957) ve OG (F=4.248) değişkenleridir. Bu sonucun ortaya çıkmasının nedeni kümeleme analizi ile kümeler arası farkın ençoklanmasıdır. Sonuç olarak kümelerdeki gözlemlerin dağılımı tesadüfi değildir. Ayrıca Risk (sig. 0,853>0,05) ve Temettü Verimi (sig. 0,242>0,05) değişkenleri hisse senetlerinin kümelere ayrılmasında anlamsız çıktığı için istenirse bu iki değişken çıkarılarak analiz tekrarlanabilir.

**Tablo 7: ANOVA Tablosu**

	Küme		Hata		F	Sig.
	Ortalama Kare	SD	Ortalama Kare	SD		
Fiyat/Kazanç	3111.882	4	64.003	64	48.621	.000
Piyasa Değeri/Defter Değeri	24.381	4	4.919	64	4.957	.002
Risk	.163	4	.483	64	.336	.853
Ortalama Getiri	.034	4	.008	64	4.248	.004
Temettü Verimi	19.649	4	13.982	64	1.405	.242
Özsermaye Karlılığı	3227.941	4	35.922	64	89.859	.000
Hisse Başına Kar	116.483	4	14.220	64	8.192	.000

Daha sonra Küme 5' te yer alan hisse senetlerinin belirli özellikleri kapsamında aynı kümede yer aldıkları göz önünde bulundurulduğundan ayrıca bir K-ortalamlar kümeleme analizi daha yapılmış 2 kümede toplanmalarını istenmiştir.

Küme 5 te yer alan hisse senetlerinin kümelenmesine yönelik yapılan analiz sonucunda oluşan kümeler ise aşağıdaki gibi oluşmuştur. Buna göre birinci küme 9 ikinci küme 25 hisse senedinden oluşmuştur.

**Tablo 8:** Küme 5' te Yer Alan Hisse Senetlerinin Kümelenmesi

<b>Küme 1</b>	ALKIM ARCLK CIMSA GOODY GUBRF NETAS TATGD TTKOM ULKER
<b>Küme 2</b>	ANACM AYGAZ DEVA EKGYO ENKAI EREGL GOZDE HLGYO IPEKE ISCTR ISGYO KCHOL KORDS KOZAA KOZAL NTTUR PGSUS PRKME SAHOL SISE TCELL TKFEN TRGYO TRKCM VKGYO

Çalışmada ayrıca Ward yöntemi ve K-Ortalamlar yöntemine arasında karşılaştırma yapılabilmesi amacıyla 15 Kümeli K-Ortalamlar analizi de yapılmış ve çalışmanın “Ekler” kısmında bu analizin sonuçlarına yer verilmiştir.

### İki Adımlı Kümeleme Analizi (Two Step Kümeleme)

Kümeleme analizi, çeşitli istatistik paket programları yardımı ile her biri farklı algoritmalara dayanan TwoStep (İki Adımlı) Kümeleme, Hiyerarşik Kümeleme ve K-Ortalamlar Kümeleme yöntemleri ile gerçekleştirilir. Bu yöntemlerden son ikisi, hiyerarşik ve bölümlenme algoritmalarına dayanan klasik sınıflandırma yöntemleri iken, TwoStep yöntemi SPSS' te tasarlanan ve uygulanan bir yöntemdir (Şchiopu, 2010).

İki adımlı kümeleme, esasen büyük veri kümelerini analiz etmek için tasarlanmış bir algoritmadır. Algoritma, yaklaşım kriterini kullanarak kümelerdeki gözlemleri gruplandırır. Prosedür, yığılabılır (aglomeratif) bir hiyerarşik kümeleme yöntemi kullanır. Klasik kümeleme analizi yöntemleriyle karşılaştırıldığında, hem sürekli hem de kategorik özelliklere olanak sağlar. Ayrıca, yöntem en uygun sayıda kümeyi otomatik olarak belirleyebilir. Yöntem, aşağıdaki adımları içerir: Ön kümeleme, aykırı değerleri çözmeye (isteğe bağlı) ve son kümelenme aşaması (Şchiopu, 2010).

Kümeleme öncesi aşamada, veri kaydını tek tek tarar ve mevcut kaydın önceden oluşturulmuş kümelerden birine eklenip eklenemeyeceğine karar verir veya mesafe kriterine dayanarak yeni bir kümelemeye başlar. Kümeleme aşamasında ise, kümeleme öncesi aşama sonucu oluşan alt kümeler, gerekli küme sayısına göre gruplanır (Ceylan vd., 2017). Metot iki tür mesafe ölçümü kullanır: Öklit uzaklığı ve log-olabilirlik mesafesi (Şchiopu, 2010).

İki adımlı kümeleme yönteminin aynı zamanda hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemlerinden “k-ortalamlar” ve hiyerarşik yöntemlerden Ward yönteminin birleştirilmesi ile oluşan bir hibrid kümeleme tekniği olduğu belirtilebilir. İki adımlı algoritma daha kendi içerisinde daha benzer kümeler sağladığından farklı çalışmalarda birçok araştırmacı tarafından uygulanmıştır (Ceylan vd., 2017). Bu yöntemde, küme sayısı yöntem tarafından belirlenebilmektedir.

Küme sayısı belirlenirken Bayesçi Bilgi Kriteri (BIC) veya Akaike Bilgi Kriteri (AIC) kullanılır. Bu çalışmada ise küme sayısını önce programın belirlenmesi istenmiş daha sonra 5 küme belirlenerek analiz tekrar yapılmıştır.

### Analiz Sonuçları

İlk aşamada 2 küme oluşmuş ve kümelerden birinde 13 diğerinde 56 hisse senedi yer almıştır. İkinci aşamada ise 5 kümeli analiz yapılmıştır. Oluşan kümelerde yer alan hisse senetleri ise aşağıdaki (Tablo 9) gibidir. Tabloya göre Küme 1 ve Küme 5, 69 hisse senedi baz alındığında çeşitlendirme açısından en uygun sayıda hisse senetlerini içermektedir diyebiliriz.

**Tablo 9:** 5 Kümeli İki Adımlı Kümeleme Analizi ile Oluşan Kümeler

<b>Küme 1</b>	ALCTL DEVA GOZDE GUBRF IPEKE KOZAA KOZAL NETAS TATGD TMSN VESBE VESTL
<b>Küme 2</b>	BIMAS LOGO OTKAR
<b>Küme 3</b>	TOASO TTRAK TUPRS FROTO EGEEN CLEBI BAGFS ALGYO ADEL
<b>Küme 4</b>	ALKIM ANACM ARCLK AYGAZ BRISA CIMS A DOAS ECILC EKGYO ENKAI EREGL GSDHO HLGYO ISCTR ISGYO KCHOL KORDS NTTUR PETKM PGSUS PRKME SAHOL SISE SODA TAVHL TCELL THYAO TKFEN TRGYO TRKCM VKGYO
<b>Küme 5</b>	AFYON ASELS BRSAN CCOLA DOCO ECZYT GOODY KARTN KONYA PARSN ULKER TTKOM

Ek 9'da yer alan şekilde ise analiz sonucunda oluşan kümeler ve değişken ortalamaları ile hisse senetlerinin kümelere ayrılmasında kullanılan oranların önem derecesi görülmektedir. Koyu renkten açık renge doğru giden renk önem derecesinin azaldığının bir göstergesidir. Küme 4, hisse senetlerinin %44,9' unu, Küme 1 %17, 4' ünü, Küme 5 %20, 3' ünü kapsamaktadır. Kümelerin oluşmasında en belirleyici faktör PD/DD oranı olmuştur. Temettü verimi, hisse başına kazanç ve ortalama getiri ise en az etkili faktörlerdir. Yine şekilde Küme 1 ve Küme 5' in finansal oran ortalamalarına bakıldığında riski en yüksek küme 1 ve F/K oranı en yüksek olanın küme 5 olduğu görülmektedir. Yatırımcıdan yatırımcıya değişmekle beraber genel anlamda belirtmek gerekirse, tüm değişkenler dikkate alınarak bir tercih yapılması durumunda ise F/K oranı 15' in ve PD/DD 2' nin altında olan, HBK, temettü verimi, özsermaye karlılığı yüksek, riski düşük getirisi yüksek kümeler dikkate alınabilir.

İki adımlı analize göre oluşan kümeler K-Ortalamalar yöntemine göre oluşan kümeler ile kıyaslandığında genel itibarıyla benzer oldukları dikkate çekmektedir (Örneğin Küme 4 (İki adımlı) ve Küme 5 (K-ortalamlar)). Bu durum her iki yöntemde tercih edilebileceğini göstermektedir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Kümeleme analizi, bir dizi karmaşık verinin belli değişkenler temelinde sınıflandırılması ve daha anlamlı hale getirilmesi, elde edilen sonuçların karar verme aşamasına yardımcı olarak kullanılması amacıyla ortaya konulmuş basit ve pratik bir yöntemdir.

Kümeleme analizi, veri setlerinin içerisindeki saklı ama kullanışlı bilgileri ortaya çıkarmak için çeşitli alanlarda yaygın şekilde kullanılmaktadır. Uygulamada farklı özellikler içeren veriler toplanarak analizler gerçekleştirilmektedir. Kümeleme algoritmaları bu tür verileri etkili bir şekilde ele alarak daha anlamlı hale getirmektedir.

Kümeleme analizleri belirtilen özellikleri nedeniyle, hisse senedi piyasalarındaki çok sayıda hisse senedi arasından en uygun hisse senetlerinin seçilerek portföy oluşturulmak istendiği durumlarda kullanılabilir bir yöntemdir.

Bu çalışmada hisse senetlerinin sınıflandırılmasında kümeleme analizinin kullanılabilirliği sınanmıştır. Bu amaçla çalışmada kullanılan kümeleme analizlerinin aşamaları ve elde edilen sonuçlar mümkün olduğunca ayrıntılı bir şekilde ortaya konulmuştur. Çalışma ile aynı zamanda fiyatları ve performansları birçok değişkene bağlı olarak değişen, karmaşık ve çok sayıda hisse senedi yatırımcılarının karar vermelerine yardımcı olacak daha az sayıda ve anlamlı kümelere bölünerek sunulmuştur.

Çalışmada ayrıca hisse senedi tercihlerini konu alan çalışmalarda pek yer verilmeyen K-ortalama ve hiyerarşik kümeleme algoritmalarını birleştiren iki adımlı kümeleme yöntemi de kullanılmıştır. Böylece Borsa İstanbul' da işlem gören hisse senetlerinden etkin bir portföy oluşturma konusuna farklı kümeleme analiz yöntemleri ile farklı bir açıdan yaklaşmıştır.

Çalışmanın sonuçlarına göre, kümeleme analizi ile oluşturulan hisse senedi kümeleri belirli zaman aralıklarındaki performansları (getirileri) dikkate alınarak yatırım amaçlı değerlendirilebilir. Literatürde belirli sayıdaki hisse senedi arasından en uygun portföyün oluşturulabilmesi amacıyla gereken hisse senedi sayılarına yönelik çalışmalardan hareketle bu çalışma sonucunda ortaya çıkan kümeler değerlendirilebilir. Bu değerlendirme yapılırken eğer çeşitlendirme farklı sektörlerden yapılmak isteniyorsa birbirlerine en benzer (finansal oranlar bağlamında) kümeler dikkate alınarak bir portföy oluşturulabilir. Farklı kümelerde yer alan farklı sektörlerde faaliyet gösteren firmalar, baz alınan finansal gösterge veya göstergeler temelinde seçilebilirler.

Yapılan bu çalışma ile kümeleme analizi yönteminin yatırımcılar tarafından hisse senedi tercihi ve portföy oluşturmada karar süreçlerine yardımcı ve etkili bir yöntem olarak kullanılabilirliği görülmüştür. Gelecekte yapılacak çalışma-

larda farklı kümeleme analizi yöntemleri kullanılmak suretiyle sektör bazında veya uluslararası piyasalarda uygulamalar yapılabilir ve bu çalışmanın bulguları karşılaştırılabilir. Ayrıca oluşan kümelerin performansları veya kümelerden seçilen hisse senetlerinden oluşturulan portföylerin performansları belirli zaman aralıkları için incelenip analiz edilebilir ve etkinlikleri sınanabilir.

## KAYNAKÇA

- Ada, A. A. (2015). Kümeleme Analizi İle AB Ülkeleri ve Türkiye'nin Sürdürülebilir Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (29).
- Aktaş, R. ve Doğanay, M. M. (2007). Grouping Emerging Stock Markets Based on Market Data, *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, 1(2).
- Aldenderfer, M. S. ve Blashfield, R. K. (1984). *Quantitative Applications in the Social Sciences: Cluster analysis* Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Ltd doi: 10.4135/9781412983648
- Arnott, R. D. (1980). Cluster analysis and stock price comovement. *Financial Analysts Journal*, 36 (6), 56-62.
- Atan, M. (2005). Karesel Programlama ile Portföy Optimizasyonu. *VII. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*, Mayıs, 26-27.
- Aydoğan, K. ve Güney, A. (1997). Hisse senedi fiyatlarının tahmininde F/K oranı ve temettü verimi. *İMKB Dergisi*, 1(1), 83-96.
- Basalto, N., Bellotti, R., De Carlo, F., Facchi, P. ve Pascazio, S. (2005). Clustering stock market companies via chaotic map synchronization. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 345(1-2), 196-206.
- Cattell, R. (1944). A note on correlation clusters and cluster search methods. *Psychometrika*, 9(3), 169-184.
- Ceylan, Z., Gürsev, S. ve Bulkan, S. (2017). İki Aşamalı Kümeleme Analizi ile Bireysel Emeklilik Sektöründe Müşteri Profiline Değerlendirilmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 10(4), 475-485.
- Cornish, R. (2007). *Statistics: 3.1 Cluster Analysis*, 02.03.2016 tarihinde <http://statstutor.ac.uk/resources/uploaded/clusteranalysis.pdf> adresinden erişildi.
- Çakmak, Z. (1999). Kümeleme Analizinde Geçerlilik Problemi Ve Kümeleme Sonuçlarının Değerlendirmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(3), 187-205.
- Da Costa Jr, N., Cunha, J., ve Da Silva, S. (2005). Stock selection based on cluster analysis. *Economics Bulletin*, 13(1), 1-9.
- Dehuan, J. ve Jin, Z. (2008). Firm Performance and Stock Returns: An Empirical Study of the Top Performing Stocks Listed on Shanghai Stock Exchange. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 12(1), 79.



- Demir, A. (2001). Hisse Senedi Fiyatını Etkileyen İşletme Düzeyindeki Faktörler ve Mali Sektör Üzerine İMKB'de Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2).
- Demirtaş, Ö. ve Güngör, Z. (2004). Portföy yönetimi ve portföy seçimine yönelik uygulama. *Journal of Aeronautics and Space Technologies*, 1(4), 103-109.
- Doherty, K.A.J., Adams, R.G., Davey, N. ve Pensuwon, W. (2005). Hierarchical Topological Cluster Learns Stock Market Sectors, *ICSC Congress on Computational Intelligence Methods and Applications*, Istanbul. <http://dx.doi.org/10.1109/CIMA.2005.1662299>
- Donaldson, L. ve Davis, J. H. (1991). Stewardship theory or agency theory: CEO governance and shareholder returns. *Australian Journal of management*, 16(1), 49-64.
- Ege, İ. ve Bayrakdaroğlu, A. (2012). İMKB Şirketlerinin Hisse Senedi Getiri Başarılarının Lojistik Regresyon Tekniği İle Analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 5(10), 139-158.
- Ferreira, L. ve Hitchcock, D. B. (2009). A comparison of hierarchical methods for cluster functional data. *Communications in Statistics-Simulation and Computation*, 38(9), 1925-1949.
- Fodor, A., Jorgensen, R., ve Stowe, J. (2015), 04 Nisan 2016 tarihinde [http://swfa2015.uno.edu/B\\_Portfolio\\_Analysis\\_Optimization/paper\\_77.pdf](http://swfa2015.uno.edu/B_Portfolio_Analysis_Optimization/paper_77.pdf) adresinden erişilmiştir.
- Gan, G., Ma, C. ve Wu, J. (2007). *Data Cluster Theory, Algorithms And Applications (Asa-Siam Series On Statistics And Applied Probability)*, Canada:SIAM Society for Industrial and Applied Mathematics Publishing
- Gore, P. A. (2000). *Cluster Analysis*, In book: Handbook of Applied Multivariate Statistics and Mathematical Modeling, 297-321.
- Gökçe, A. G. ve Cura, T.(2003), İMKB Hisse Senedi Piyasalarında İyi Çeşitlendirilmiş Portföy Büyüklüğünün Araştırılması . *İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi, Yönetim*, 44(1):63-81.
- Hajizadeh, E., Ardakani, H. D., ve Shahrabi, J. (2010). Application of data mining techniques in stock markets: A survey. *Journal of Economics and International Finance*, 2(7), 109.
- Halkidi, M., Batistakis, Y. ve Vazirgiannis, M. (2001). Clustering algorithms and validity measures, Scientific and Statistical Database Management(SSDBM) Conference, Virginia, USA , 3-22.

- Han, J., Pei, J. ve Kamber, M. (2011). *Data mining: concepts and techniques*. Elsevier.
- Hands, S, Everitt, B (1987). A Monte Carlo study of the recovery of cluster structure in binary data by hierarchical cluster techniques. *Multivar. Behav. Res.* 22, 235-243.
- Jain, A. K. (2010). Data clustering: 50 years beyond K-means. *Pattern recognition letters*, 31(8), 651-666.
- Kanungo, T., Netanyahu, N. S. ve Wu, A. Y. (2002). An Efficient k -Means Clustering Algorithm: Analysis and Implementation, *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence*, 24(7 ).
- Karabayır, M. E. ve Doğanay, M. (2010). Kümeleme Analizi İle Portföy Seçimi: İMKB-100 Endeksi Üzerine Bir Çalışma. *Journal of Commerce*, (2), 161.
- Korkmaz, Ö. ve Karaca, S. S. (2013). Şirket Performansını Etkileyen Faktörler ve Türkiye Örneği/The Factors Affecting Firm Performance: The Case of Turkey. *Ege Akademik Bakis*, 13(2), 169.
- Küçükkocaoğlu, G. (2002). Optimal Portföyün Seçimi ve İMKB Ulusal-30 Endeksi Üzerine Bir Uygulama. *Active-Bankacılık ve Finans Dergisi*, 26, 74-91.
- Liu, R., Cai, H. ve Luo, C. (2012). Cluster Analysis of Stocks of CSI 300 Index Based on Manifold Learning. *Journal of Intelligent Learning Systems and Applications*, 4, 120-126.
- Mazıbaşı, M. (2005). İMKB Piyasalarındaki volatilitenin modellenmesi ve öngörülmesi: Asimetrik GARCH modelleri ile bir uygulama. *VII. Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri Bölümü, İstanbul, Çevrimiçi, 28, 2008.
- MacQueen, J. (1967). Some methods for classification and analysis of multivariate observations. *In Proceedings of the fifth Berkeley symposium on mathematical statistics and probability*, 1(14), 281-297
- Milligan, G. W. ve Cooper, M. C. (1987). Methodology review: Clustering methods. *Applied psychological measurement*, 11(4), 329-354.
- Murtagh, F. ve Legendre, P. (2014). Ward's hierarchical agglomerative cluster method: Which algorithms implement ward's criterion?. *Journal of Classification*, 31(3), 274-295.
- Nakip, M. (2006), *Pazarlama Araştırmaları: Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Nanda, S.R. Mahanty, B. ve Tiwari, M.K. (2010). Cluster Indian stock market data for portfolio management. *Expert Systems with Applications*, 37 (12), 8793–8798.

- Omran, M. ve Ragab, A. (2004). Linear versus non-linear relationships between financial ratios and stock returns: empirical evidence from Egyptian firms. *Review of Accounting and finance*, 3(2), 84-102.
- Özdamar, K. (2010), *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi: Çok Değişkenli Analizler*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Pakhira, M. K., Bandyopadhyay, S., and Maulik, U. 2004. Validity index for crisp and fuzzy clusters, *Pattern recognit. Lett*, 37( 3), 487-501
- Shih, M. Y., Jheng, J. W., ve Lai, L. F. (2010). A two-step method for clustering mixed categorical and numeric data., 13(1), 11-19.
- Siqueira, E., Otuki, T. ve Da Costa, N. (2012). Stock Return and Fundamental Variables: A Discriminant Analysis Approach. *Applied Mathematical Sciences*, 6(115), 5719-5733.
- Sokal, R. R. ve Michener, C. D. (1958). A statistical method for evaluating systematic relationships. *University of Kansas science bulletin*, 28, 1409-1438.
- Statman, M. (1987). How many stocks make a diversified portfolio? *Journal of financial and quantitative analysis*, 22(3), 353-363.
- Şchiopu, D. (2010). Applying TwoStep cluster analysis for identifying bank customers' profile. *Buletinul*, 62, 66-75.
- Tatlıdil, H.(2002). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz*, Ankara, Akademi Matbaası.
- Tekin, B. (2015). Temel Sağlık Göstergeleri Açısından Türkiye'deki İllerin Gruplandırılması: Bir Kümeleme Analizi Uygulaması. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(2), 389-416.
- Tekin, B. ve Gumus, F., B. (2017), The Classification of Stocks with Basic Financial Indicators: An Application of Cluster Analysis on the BIST 100 Index, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7 (5)
- Tola, V., Lillo, F., Gallegati, M., ve Mantegna, R. N. (2008). Cluster analysis for portfolio optimization. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 32(1), 235-258.
- Tyron, R. C. (1939), *Cluster Analysis*. Ann Arbor, Edwards Brothers.
- Umar M. S. ve Musa T. S. (2013), Stock Prices and Firm Earning per Share in Nigeria. *JORIND* 11(2). 16 Nisan 2015 tarihinde <http://transcampus.org/JORINDV11Dec2013/Jorind%20Vol11%20No2%20Dec%20Chapter22.pdf>. Adresinden erişilmiştir.

- Ünlü, U., Bayraktaroğlu, A. ve Ege, İ. (2009). Hisse Senedi Endeks Getirileri ve Temettü Verimi: İMKB 100 ve S&P 500 Endeksleri Üzerine Bir Uygulama. *Gazi University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 11(1).
- Wagstaff, K., Cardie, C., Rogers, S., ve Schrödl, S. (2001). Constrained k-means clustering with background knowledge. *In ICML*, 1, 577-584.
- Wicaksono, Y. A., Rizaldy, A., Fahriah, S., ve Soeleman, M. A. (2017). Improve image segmentation based on closed form matting using K-means clustering. *In Application for Technology of Information and Communication (iSemantic), 2017 International Seminar on ( 26-30)*. IEEE.
- Wu, K. L. ve Yang, M. S. (2002). Alternative c-means clustering algorithms. *Pattern recognition*, 35(10), 2267-2278.
- Xu, Z.-C., Liang, Y.-C. ve Shi, X.-H. (2008). Analysis Method of SOM-Based of Stock Cluster, *Computer Engineering and Design*, 29 (9), 2426-2428.
- Yu, L.-A. ve Wang, S.-Y. (2009). Kernel Principal Component Cluster Methodology for Stock Categorization, *System Engineering: Theory & Practice*, 29 (12).
- Zhou, Z.-H., Chen, W.-N. ve Zhang, Z.-Y. (2002). Application of Cluster Analysis in Stock Investment, *Journal of Chongqing University*, 25 (7), 122-126.

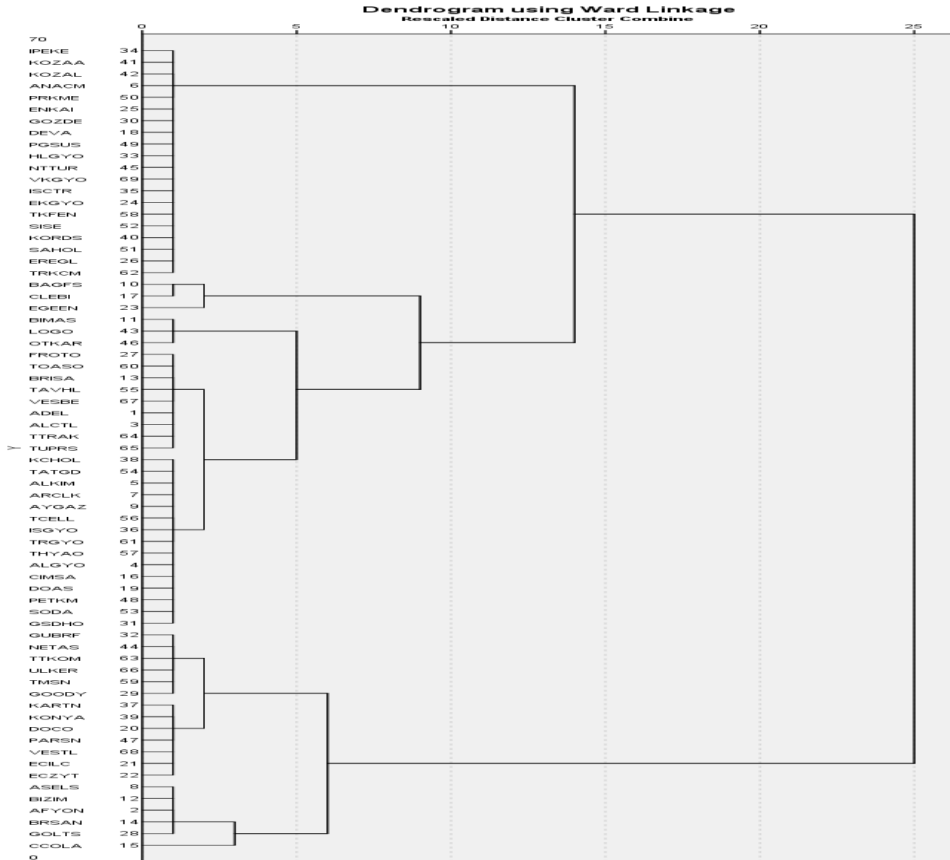
**Ek1: Kümelerin Oluşması Aglomeratif Tablo**

Stage	Cluster Combined		Coefficients	Stage Cluster First Appears		Next Stage
	Cluster 1	Cluster 2		Cluster 1	Cluster 2	
1	24	52	.024	0	0	23
2	34	41	.068	0	0	47
3	25	33	.165	0	0	7
4	51	58	.280	0	0	7
5	48	53	.446	0	0	20
6	6	62	.646	0	0	13
7	25	51	.851	3	4	29
8	18	30	1.105	0	0	15
9	7	38	1.396	0	0	33
10	13	55	1.697	0	0	34
11	63	66	2.036	0	0	32
12	11	43	2.383	0	0	30
13	6	35	2.752	6	0	29
14	27	60	3.217	0	0	36
15	18	32	3.685	8	0	21
16	36	61	4.228	0	0	33
17	45	69	4.798	0	0	26
18	5	26	5.387	0	0	24
19	50	56	6.002	0	0	42
20	9	48	6.639	0	5	39
21	18	54	7.288	15	0	44
22	44	59	8.071	0	0	44
23	24	40	8.938	1	0	40
24	5	16	9.835	18	0	34
25	8	47	10.823	0	0	48
26	45	37	11.892	17	0	46
27	29	37	12.973	0	0	31
28	21	22	14.158	0	0	60
29	6	25	15.564	13	7	37
30	11	46	17.004	12	0	66
31	29	39	18.445	27	0	43
32	12	63	19.904	0	11	48
33	7	36	21.375	9	16	40
34	5	13	23.019	24	10	54
35	2	14	24.741	0	0	38
36	27	64	26.524	14	0	49
37	6	49	28.363	29	0	55
38	2	28	30.217	35	0	52
39	9	19	32.114	20	0	54
40	7	24	34.085	33	23	46
41	42	67	36.096	0	0	51
42	31	50	38.304	0	19	58
43	20	29	40.625	0	31	59
44	18	44	43.032	21	22	57
45	1	65	45.652	0	0	49
46	7	45	48.546	40	26	55
47	34	68	51.549	2	0	51
48	8	12	54.883	25	32	52
49	1	27	58.586	45	36	53
50	4	10	62.619	0	0	56
51	34	42	68.249	47	41	61
52	2	8	74.348	38	48	59
53	1	17	81.188	49	0	56
54	5	9	88.438	34	39	58
55	6	7	95.802	37	46	64
56	1	4	104.127	53	50	63
57	3	18	113.186	0	44	61
58	5	31	122.288	54	42	60
59	2	20	132.141	52	43	62
60	5	21	143.445	58	28	63
61	3	34	158.436	57	51	65
62	2	15	175.898	59	0	65
63	1	5	205.140	56	60	64
64	1	6	240.648	63	55	68
65	2	3	281.084	62	61	67
66	11	23	323.527	30	0	67
67	2	11	386.655	65	66	68
68	1	2	476.000	64	67	0

## Ek 2: Standartlaştırılmamış Veriler İle “Bir” Birim Uzaklıkta Oluşan Kümeler

<b>Küme 1</b>	IPEKE VKGYO ISCTR EREGL KOZAA NTTUR EKGYO TRKCM KOZAL HLGYO TKFEN ANACM PGSUS SISE PRKME DEVA KORDSA ENKAI GOZDE SAHOL
<b>Küme 2</b>	BAGFS CLEBI
<b>Küme 3</b>	EGEEN
<b>Küme 4</b>	BIMAS LOGO OTKAR
<b>Küme 5</b>	FROTO ALCTL TOASO TTRAK BRISA TUPRS TAVHL VESBE ADEL
<b>Küme 6</b>	KCHOL ISGYO PETKM TATGD TRGYO SODA ALKIM THYAO GSDHO ARCLK ALGYO AYGAZ CIMS A TCELL DOAS
<b>Küme 7</b>	GUBRF NETAS TTKOM ULKER TMSN GOODY
<b>Küme 8</b>	KARTN ECZYT KONYA DOCO PARSN VESTL ECILC
<b>Küme 9</b>	ASELS BIZIM AFYON BRSAN GOLTS
<b>Küme 10</b>	CCOLA

## Ek 3: Standartlaştırılmamış Veriler İle “Bir” Birim Uzaklıkta Oluşan Kümelerin Dendrogram Grafiği



**Ek 4: Kruskal Wallis Analizi Sonuçları ve Ortalama Sıra Değerleri**

Test Statistics							
	Fiyat/Kazanç	Piyasa Değeri/Defter Değeri	Risk	Ortalama Getiri	Temettü Verimi	Özsermaye Karlılığı	Hisse Başına Kar
Chi-Square	31.208	26.031	30.711	19.107	34.939	30.008	19.323
df	5	5	5	5	5	5	5
Asymp. Sig.	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.002
Sıra Değerleri							
	KÜME	N	Mean Rank				
Fiyat/Kazanç	Küme 1	17	22.94				
	Küme 2	8	22.06				
	Küme 4	12	22.75				
	Küme 5	5	24.70				
	Küme 6	7	39.21				
	Küme 7	12	54.46				
	Toplam	61					
	Piyasa Değeri/Defter Değeri	Küme 1	17	16.00			
Küme 2		8	42.56				
Küme 4		12	30.96				
Küme 5		5	20.90				
Küme 6		7	36.36				
Küme 7		12	45.67				
Toplam		61					
Risk		Küme 1	17	24.50			
	Küme 2	8	28.63				
	Küme 4	12	17.50				
	Küme 5	5	58.10				
	Küme 6	7	51.86				
	Küme 7	12	31.83				
	Toplam	61					
	Ortalama Getiri	Küme 1	17	24.12			
Küme 2		8	37.00				
Küme 4		12	24.83				
Küme 5		5	25.60				
Küme 6		7	55.86				
Küme 7		12	30.67				
Toplam		61					
Temettü Verimi		Küme 1	17	27.35			
	Küme 2	8	40.25				
	Küme 4	12	53.71				
	Küme 5	5	21.40				
	Küme 6	7	13.00				
	Küme 7	12	21.79				
	Toplam	61					
	Özsermaye Karlılığı	Küme 1	17	25.94			
Küme 2		8	56.13				
Küme 4		12	39.92				
Küme 5		5	12.60				
Küme 6		7	30.43				
Küme 7		12	20.50				
Toplam		61					
Hisse Başına Kar		Küme 1	17	25.68			
	Küme 2	8	53.75				
	Küme 4	12	32.96				
	Küme 5	5	21.00				
	Küme 6	7	19.64				
	Küme 7	12	32.21				
	Toplam	61					



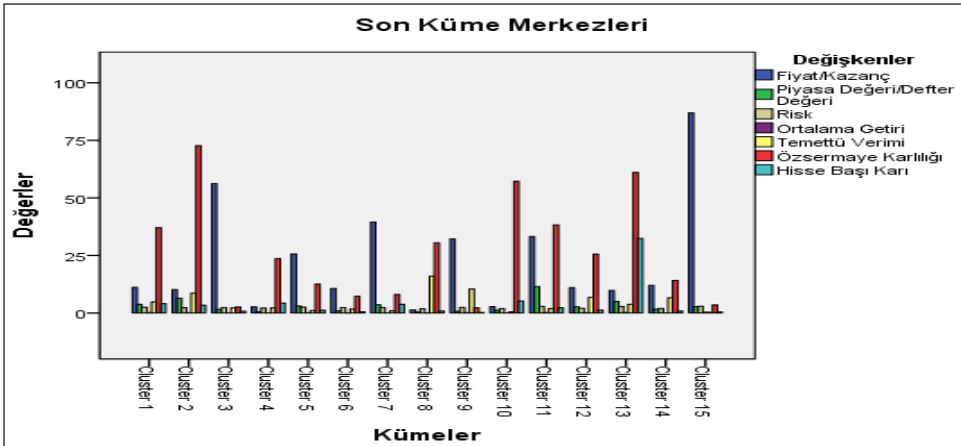
**EK 5: K- Ortalamalar 15 Kümeli Durum**

OLUŞAN KÜMELER	HİSSE SENETLERİ
Küme 1	ADEL TTRAK TUPRS TOASO ALCTL
Küme 2	CLEBI
Küme 3	BRSAN GOLTS
Küme 4	ALGYO İSGYO THYAO TRGYO
Küme 5	GOODY GUBRF PARSN TTKOM TMSN
Küme 6	VKGYO TRKCM TKFEN SISE SAHOL PGSUS NTTUR KOZAL KOZAA İSCTR İPEKE HLGYO GOZDE ENKAI EKGYO DEVA ANACM
Küme 7	VESTL KONYA KARTN AFYON ASELS BİZİM DOCO
Küme 8	GSDHO
Küme 9	ECILC ECZYT
Küme 10	BAGFS
Küme 11	LOGO OTKAR BİMAS
Küme 12	SODA PETKM TAVHL VESBE DOAS BRISA CİMSA FROTO
Küme 13	EĞEEN
Küme 14	TATGD TCELL KORDS KCHOL PRKME EREGL AYGAZ ARCLK ALKİM
Küme 15	CCOLA

**EK 6: K- Ortalamalar 15 Kümeli Durumda Küme Ortalamaları**

Oranlar	Kümelere														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
PE	11,18	10,20	56,25	2,68	25,64	10,65	39,53	1,30	32,20	2,80	33,20	11,02	9,80	12,02	86,90
MB	3,82	6,40	1,60	,58	3,04	,89	3,60	,40	,75	1,20	11,50	2,69	5,00	1,63	2,80
R	2,50	2,36	2,40	2,14	2,53	2,42	2,41	1,82	2,47	1,92	2,91	2,07	2,83	1,97	2,93
AR	,18	,12	,05	,09	,14	,04	,07	-,01	,19	,06	,23	,11	,24	,08	,34
DY	4,84	8,60	2,20	2,22	1,09	1,73	1,00	16,00	10,45	,50	1,97	6,82	3,80	6,66	,30
ROE	37,07	72,71	2,65	23,64	12,60	7,33	8,04	30,52	2,28	57,25	38,27	25,59	61,09	14,14	3,53
EPS	4,07	3,42	,79	4,30	1,21	,52	3,83	,88	,24	5,20	2,28	1,24	32,38	,87	,46

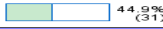
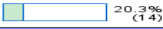
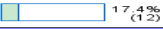
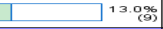
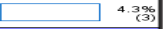
\* Küme 6' nun ortalamalarına bakıldığında PE değerinin 10,65; MB değerinin 0,89; R değerinin 2,42; AR değerinin 0,04; DY değerinin 1,73; ROE değerinin 7,33 ve EPS değerinin 0,52 olduğu görülmektedir. Küme 14' ün ortalamalarına bakıldığında ise PE değerinin 12,02; MB değerinin 1,63; R değerinin 1,97; AR değerinin ,08; DY değerinin 6,66; ROE değerinin 14,14 ve EPS değerinin ,87 olduğu görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında PE ve MB değerleri baz alınarak bir tercih yapılması gerektiğinde Küme 6 dikkate alınabilir. Ancak R ve AR, DY, ROE ve EPS değerleri açısından ise Küme 14 daha uygun seçenektir.

**Ek 7: K- Ortalamalar 15 Kümeli Durumda Küme Ortalamaları Bar Grafiği**


## Ek 8: 15 Kümeli K-Ortalamalar ile Hiyerarşik Kümeleme Analizleri Sonucu Oluşan Kümelerin Karşılaştırması

K-ortalamlar (15 Küme)	Hiyerarşik Kümeleme	Benzerlik	Farklılık
Küme 1	Küme 2	ADEL TTRAK TUPRS TOASO	ALCTL ALGYO BAGFS FROTO CLEBI EKGYO SISE KORDS
Küme 4	Küme 1	ISGYO THYAO TRGYO	ARCLK KCHOL NTTUR VKGYO ENKAI HLGYO SAHOL ANACM TRKCM PGSUS TKFEN
Küme 6	Küme 1	VKGYO TRKCM TKFEN SISE SAHOL PGSUS NTTUR HLGYO ENKAI EKGYO ANACM	KOZAL KOZAA ISCTR IPEKE GOZDE DEVA
Küme 7	Küme 7	KONYA KARTN AFYON ASELS BIZIM DOCO	VESTL GOODY BRSAN ULKER TTKOM PARSN GOLTS
Küme 12	Küme 4	PETKM SODA TAVHL DOAS BRISA CIMSA	VESBE FROTO PRKME TCELL GSDHO ALKIM AYGAZ EREGL
Küme 15	Küme 8	CCOLA	
Küme 13	Küme 10	EGEEN	
Küme 9	Küme 3	ECILC ECZYT	
Küme 11	Küme 9	BIMAS OTKAR LOGO	
Küme 6	Küme 5	KOZAA IPEKE KOZAA	VKGYO TRKCM TKFEN SISE SAHOL PGSUS NTTUR ISCTR HLGYO GOZDE ENKAI EKGYO DEVA ANACM VESBE VESTL
Küme 3	Küme 7	BRSAN GOLTS	GOODY KARTN KONYA DOCO AFYON BIZIM ULKER TTKOM PARSN ASELS
Küme 2	Küme 2	CLEBI	ALGYO BAGFS FROTO TOASO TUPRS ADEL TTRAK
Küme 8	Küme 4	GSDHO	PRKME TCELL BRISA TAVHL ALKIM EREGL DOAS AYGAZ SODA PETKM CIMSA
Küme 14	Küme 4	TCELL PRKME EREGL AYGAZ ALKIM	TATGD KORDS KCHOL ARCLK GSDHO BRISA TAVHL DOAS SODA PETKM CIMSA

## EK 9: İki Adımlı Yönteme Göre Oluşan Küme Ortalamaları ve Değişken Önem Dereceleri

Clusters					
Input (Predictor) Importance					
<span style="color: blue;">■</span> 1.0 <span style="color: blue;">■</span> 0.8 <span style="color: blue;">■</span> 0.6 <span style="color: blue;">■</span> 0.4 <span style="color: blue;">■</span> 0.2 <span style="color: blue;">■</span> 0.0					
Cluster Label	4	5	1	3	2
Description					
Size	 44.9% (31)	 20.3% (14)	 17.4% (12)	 13.0% (9)	 4.3% (3)
Inputs	Market Value/Book Value 1.23	Market Value/Book Value 3.17	Market Value/Book Value 1.55	Market Value/Book Value 3.69	Market Value/Book Value 11.50
	Price/Earnings 10.44	Price/Earnings 41.54	Price/Earnings 16.42	Price/Earnings 9.56	Price/Earnings 33.20
	Risk 1.94	Risk 2.25	Risk 3.42	Risk 2.18	Risk 2.91
	Return on equity 15.06	Return on equity 8.53	Return on equity 11.37	Return on equity 43.69	Return on equity 38.27
	Earnings per share 0.81	Earnings per share 2.60	Earnings per share 0.56	Earnings per share 8.38	Earnings per share 2.28
	Average Return 0.05	Average Return 0.11	Average Return 0.15	Average Return 0.12	Average Return 0.23
	Dividend Yield 5.31	Dividend Yield 1.91	Dividend Yield 1.06	Dividend Yield 4.69	Dividend Yield 1.97

# PAZARLAMADA YENİ BİR YAKLAŞIM: KABİLE (TOPLULUK) PAZARLAMASI

## A New Approach in Marketing: Tribal (Community) Marketing

Gönderim Tarihi: 19.09.2018

Kabul Tarihi: 22.11.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492472

Sevilay USLU DİVANOĞLU\*

**ÖZ:** Son yıllarda giderek önemini arttıran post modern pazarlama kavramları arasında önemli bir yer edinen “Tribal Marketing” ya da Türkçe’ye çevirisi ile “Topluluk/Kabile Pazarlaması”, iş hayatının vazgeçilmezleri arasında olmaya başlamıştır. İlk olarak modern insanın kabile anlayışını nasıl benimsediği sorusu akla gelmekle birlikte, insanların kabile ya da topluluk olarak gördükleri ve davranışlarını etkileyen gruplardan ilk insandan günümüze kadar geçen her an söz edilebilir. Geleneksel eski zamanlardaki fiziki kabilelerin yerini modern ve daha soyut kabileler almaya başlamıştır. İnsanlar kendilerini birden fazla topluluk ya da kabilenin ferdi olarak hissedebilmekte, bazen bu grupların ikisi ya da fazlası tüketimleri üzerinde etkili olabilmektedir. Özellikle son zamanlarda sosyal medya da bu etkileşim gruplarını daha soyut ancak daha güçlü bağ kurulabilen bir hale dönüştürmektedir. Bireyler başkalarıyla bağ kurabilmek için bilinçli ya da bilinçsiz olarak iletişim kurmak zorundadır. Bireyler bu iletişim sürecinde bilgi, duygu ve düşüncelerini de paylaşmaktadır. Bireyin içinde bulunduğu topluluk içerisinde yaptığı paylaşımların bireyin kendisini yansıttığı düşünülmektedir. Hatta bireyin aidiyet hissettiği topluluk içerisindeki tükettikleri onun kendini ifade biçimi olmaktadır. Bu çalışmada yeni bir pazarlama stratejisi olan kabile pazarlaması kavramı ve bu kavramın tüketim ile ilişkisi kavramsal açıdan ele alınmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kabile Pazarlaması, Tüketici Davranışı, Bağlantı Değeri.

**ABSTRACT:** The concepts of postmodern marketing have gradually rising in importance recently, and “Tribal Marketing” which has an important place among these concepts has started to be indispensable in business life. It could be said that there have been groups which people saw as tribe and influenced their behaviors in any moment of human history from primitive man to nowadays, while the first thing coming to mind is how modern

\* Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi/İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İşletme Bölümü/Pazarlama Anabilim Dalı, sevilayuslu@yahoo.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0001-8210-2622.

man adopted the sense of tribe. Tangible tribes in traditional views have giving way to modern and more intangible ones. People may feel that their belong to many communities or tribes and sometimes these relevant communities or tribes may influence their behaviors. Particularly the social media makes these interaction groups into more intangible ones recently and people can connect with these groups more strongly. People have to communicate for connecting each others consciously or unconsciously. Individuals share their information, emotion and opinions in this process of communication. It's regarded that individual's sharing within groups to which he/she belongs reflects himself/herself. Such that, the individual's way of expressing himself/herself within relevant groups is indexed to article he/she consumes. In this paper, the concept of tribal marketing which is a new marketing strategy and its effects on consumption will be discussed theoretically.

**Keywords:** Tribal Marketing, Consumer Behaviour, Linking Value.

## GİRİŞ

Tüketimin insanlığın doğuşu ile başladığını ve insanların da diğer canlılar gibi yaşamları boyunca tükettiklerini söylemek mümkündür. Fakat, insan dışındaki canlılar yalnızca fiziksel ihtiyaçlarını gidermek için tüketirken, insan sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını da tüketim faaliyetlerine yansıtmaktadır (Bakır ve Çelik, 2013:47). Tüketim ideolojisinin dayattığı sahte gereksinimler karşısında bireyler arzularına yenik düşebilir (Papatya ve Özdemir, 2012:163). Bu arzular tüketici davranışlarını da etkilemektedir.

Küreselleşmenin sosyal ve teknolojik yapılarda meydana getirdiği değişimler insan ilişkilerinde yeni bakış açılarını gündeme taşımaktadır. Nar (2015), günümüz dünyasında bireylerin sanal ortama çok daha fazla bağımlı olmalarının onların kimliklerini ve buna bağlı olarak tüketim tercihlerini değiştirdiğinin altını çizmiş ve küresel ölçekli bu değişimin yeni pazar ortamları ve tüketim biçimlerini yarattığını söylemiştir. Böylelikle gündelik yeni bir tüketim kültürü oluşmuştur. Sonuç olarak tüketicinin kimliği ve tüketim tercihi duruma göre ve yaşam biçimi faktörlerine göre değişmektedir.

Postmodern pazarlama anlayışı imajın, sanal gerçekliğin ve ürünlerin fonksiyonel yararlarından çok duygusal yararlarının ön planda olduğu bir yapıyla karşımıza çıkmaktadır. Bireyin kendi değerleriyle ortaklık hissettiği topluluklar postmodern pazarlama anlayışında yeni bir yaklaşım olarak topluluk pazarlaması (tribal marketing) anlayışını ortaya çıkarmıştır (Yeygel, 2006:197). Ortak inançların, fikirlerin ve tüketimin paylaşılması olarak anlaşılan tüketici kabileleri bireyin aynı anda kimliğinin farklı yönlerini gösteren değişik kabilelere ait olabileceğini söylemektedir.

Bu çalışma literatürde yeni yeni tartışılmaya başlanan kabile (topluluk) pazarlama anlayışını kavramsal açıdan ele almaktadır. Konunun daha iyi anlaşıl-

ması açısından ilk olarak bu yeni pazarlama anlayışının gündeme gelmesinde etkili olan Postmodern bakış açısı modern düşünce anlayışıyla karşılaştırılarak ele alınacaktır. Ardından kabile pazarlama hakkındaki literatüre değinilecek, eski kabilelerle günümüz kabileleri arasındaki benzerlik ve farklılıklar ele alınacaktır. Kabile pazarlamasındaki tüketim yapısı ve “bağlantı değeri” kavramı bu çalışmada ele alınan diğer konulardır.

## MODERN VE POSTMODERN BAKIŞ AÇILARININ PAZARLAMA ANLAYIŞINA ETKİSİ

Modernizm insanların tamamının benimseyeceği ya da tüm insanlar tarafından kabul görmesi beklenen evrensel doğruyu bulmak için uğraşırken, bunun aksine postmodernizm doğrunun tek ve genel geçer olmadığını, durumlara olaylara ve insanların bakış açılarına ve şartlarına göre değişebileceğini savunmaktadır. Bunun yanında modernizm felsefesinin özünde rasyonel, akılcı ve duygusal özellikleri üzerinde durulmayan insan fikri ve tüketim açısından bakıldığında ise duygusal kriterleri kısmen görebilen bir düşünce hâkimdir.

Küreselleşme ve dünyamızın giderek bir köy halini alması teknoloji ve iletişim araçlarının gelişmesi tüketim kalıplarının değişimi gibi gelişmeler sonrasında sosyo-kültürel yapı değişmiş, yeni ve farklı yaşam biçimleri, kuşaklar, yeni kültür ve alt kültürler ortaya çıkmıştır. Dünyada yaşayan bireyler arasındaki sosyal ve ekonomik ilişkiler gün geçtikçe farklılaşmakta, her yeni gün farklı ürünler ve sunumlar ortaya çıkmaktadır. Modern tüketim kalıplarının insan davranışını açıklamada yetersiz oluşu ve farklılık arayışları beraberinde postmodernizmi getirmiştir. Postmodernizm; ilk başta sadece edebiyat ve mimari alanlarında kullanılmıştır. Brown ise 1993’te postmodernist düşüncenin edebiyat ve mimari dışında politika, felsefe, psikoloji, sosyoloji, teoloji, coğrafya, tarih, ekonomi, antropoloji, medya çalışmaları, hukuk gibi çeşitli akademik uzmanlık alanlarında da etkisinin belirgin bir şekilde görüldüğünü vurgulamış ve kavramı yeni ve farklı arayışlar olarak tanımlamıştır. Modernizm sonrası ortaya çıkan postmodern bakış diğer birçok alanda olduğu gibi pazarlama alanında da yeni bir dönemin başlangıcına işaret etmektedir (Yeygel, 2006:197).

Postmodern anlayışın literatüre girişinin tüketici davranışları üzerindeki belirgin etkisi, pazarlamanın bakış açısını da değişime uğratmıştır. Aynı zamanda modern pazarlama kavramının kitlesel üretim ve standartlaşma gibi tüketim kalıplarıyla beslenen yapısı, post modern toplumda tüketicileri yakalayabilmek için değişime uğramıştır. Günümüz toplumunda post modern tüketici, çabuk ve kolay elde edilebilir bir mutluluğu yakalamaya çalışan, şekilci, hazcı ve çabuk tatmin edilmek isteyen bir profile sahiptir. Nazlı, eleştirel ve istikrarsız olan bu tüketici profili pazar yapısını da oldukça etkilemekte ve pazarın tamamını kar-

maşık ve belirsiz bir yapıya büründürmektedir. Tüm bu gelişmelerin neticesinde markayı yönetebilmek, ürün ve pazar stratejileri oluşturabilmek, uzun vadeli stratejik planlar hazırlayarak bunları uygulayabilmek rakiplerle başa çıkabilmenin zorunlu bir yolu olmuştur. Bu gelişmeler doğrultusunda pazarlamada “4P”-den sonra “4C” dönemine geçiş ya da “7P”, “11P” gibi kavramlar tartışılır ve kabul görür olmuştur. Bu gelişmeler farklı ve yeni anlayışların sosyal bağlamını pazarlamanın dışında tutmanın mümkün olmadığını göstermektedir.

## KABİLE (TOPLULUK) PAZARLAMA

Kabile pazarlamanın dayandığı temel; tüketicilerin yalnızca kendilerini özgürleştiren ürünlerin arayışında olmayıp kendilerini bir topluluğa ya da kabileye bağlayan ürünlerin arayışında olmalarıdır. Kabilesel pazarlamada ürünler bir arada olmaya imkan sağlar ve bu nedenle toplulukçudur. Bireylerin tüketim kararlarını vermede en önemli unsurun “sosyal birliktelikler” olduğunu savunan bu pazarlama anlayışı, psikografik ya da demografik bölümlendirme gibi klasik pazar bölümlendirme yöntemlerini toplumsal bağlantıların varlığını ve bunların tüketim üzerindeki etkisinin anlaşılmasında yetersiz kalacağını düşünerek reddeder. (Mitchell ve Imrie, 2011: 39-40).

Kabilecilik anlayışına göre, tüketiciler, dinsel, grup narsizmi, öz farkındalık ve yerellik gibi modern öncesi bazı arkaik değerlere geri dönerler ve artık coğrafi konuma odaklanmaz, sadece kendi tercihleriyle, beğeni ya da antipatileri, tüketim biçimleri, hobiler, tutkular vb. ile tanımlanırlar (Cova ve Cova, 2002: 597). Son yapılan araştırmalara göre, tüketicilerin sosyalizasyonunun sadece bir marka etrafında gerçekleşmediğini, aksine tüketicilerin sosyalleşmek için ortak bir tüketim eylemi etrafında da bir araya geldiğini göstermiştir. Ortak tecrübeler ve duygulara sahip, çeşitli markalar, ürünler ve faaliyetler yoluyla kolektif sosyal eyleme girişen bireylerin birbirleriyle özdeşleşmesi ile postmodern tüketici kabileleri ortaya çıkmıştır (Goulding, vd., 2013: 4).

Kabile pazarlaması, benzer beğenilere ve beğenmeme özelliğine sahip belirli sosyal grupları hedefleyen ve bir ürün ya da hizmete odaklanan yeni bir yaklaşımdır. Yaş, cinsiyet, sınıf veya milliyetin geleneksel parametrelerine dayanmayan, ancak ortak amaçlarına, ilgi alanlarına ve tutkularına dayanan bir marka veya ürün etrafında kabile oluşturan tüketicilere yönelik kolektif bir yaklaşımdır. Tüketicilerin, çevrimiçi topluluklarda, kültürel yönleri ve markayla ilişkilerinin nedenleri hakkında paylaştıkları bilgi zenginliğini sundukları için sosyal medya, kabile pazarlaması için en elverişli kanallardır. Bu bilgileri kullanarak marka yöneticileri, müşterileriyle güçlü, üretken ve uzun vadeli ilişkiler kurmak için ilgi çekici ve benzersiz iletişim mesajlarını formüle edebilirler (Pathak ve diğ., 2017: 17).

Cova ve Pace (2005)'e göre, kabile pazarlamasındaki kritik yönlerden biri, şirketlerin grup üyeleri tarafından bir şekilde kamulaştırılan marka üzerinde kontrolü kaybetme riski taşıdığıdır. Kabile markalarıyla genellikle karşılaşılan temel sorun, şirkete karşı bir muhalefet gücü oluşturmalarıdır.

Kabile üyeleri sadece marka ile değil, aynı zamanda kabile üyeleriyle de ilişki içerisinde ve onlarla bağlantı kurmak ya da onlara bakmak isterler. Kabile kavramı, yarı-arkeolojik değerlerin geri dönüşüne işaret eder: grup narsisizmi, özdeşleşme duygusu, senkretizm ve dindarlık gibi. Kabileler arasında paylaşılan içerik veya üyelerin söyledikleri ve ilgili eylemleri onlar için bir kimlik tanımlar. Tutku, bir kabileyi tanımlayan sosyal tutkaldır. Ortak çıkarların paylaşılmasının yanı sıra, bir kabile mensuplarının ortak bir kültürü, değerleri, inançları ve çeşitli boyutlardaki deneyimleri de olabilir. Bu nedenle e-WOM (elektronik sözlü-sözcük) etkisi, kabile üyeleri arasında daha da yükselmektedir (Pathak vd., 2017:19). Kabileler ayrıca, eğer uymazlarsa grubun bireysel üyeliğini tehlikeye atabilecek özel tüketim kalıplarına da sahip olabilirler ("markaların ve ürünlerin" satın alınması gibi.). Sonuç olarak tüketim davranışı, bireysel kimliğin ifade edildiği araç haline gelir ve grup üyeliğini tanımlar. Bir grubun sadece ortak çıkarlara dayanan üyelerin grupta üyeliğe katılmak veya üyelik sağlamak için spesifik tüketim davranışları göstermesi gerektiği söylenebilir (Costa, 1995:223).

Cova & Cova (2001), kabilelerin ortak paydasının topluluk boyutu olduğunu ileri sürmüş ve daha sonra bunu bir adım daha ileri götürerek ve postmodern kabilelerin ortak paydasının duygu ya da tutku topluluğu olduğunu söylemiştir. Aynı çalışmadan edinilen bilgilere göre, kabile üyeleri asla yalnız değildir, çünkü onlar geniş ve gayri resmi bir topluluğa aittirler. Kabile kuramında tutku, sosyal grup oluşumunun başlangıcıdır. İlgi ise topluluktaki ilişkilerden önce başlayan tutkunun mükemmel bir gösterimidir. Sonra her üye, bireysel tutkusunu, farklı boyutlara kadar geliştirir ve sonra bu tutkuyu benzer düşünen insanlarla paylaşır. Böylelikle vakaların çoğunda bireyde tutku oluşumu topluluk oluşumundan önce meydana gelir. (Greenacre vd., 2013:950).

Kabile pazarlaması, tüketicileri güçlendiren ve diğerlerinden bağımsız kılan ürünleri veya hizmetleri aramanın yanında bilgilerini başka tüketicilere yani diğer kabile üyelerine sağlayacak ürün ve hizmetlere yönelik çabalarıdır. Kabile pazarlaması sosyal tanımlama teorisi ile desteklenmektedir. Bu teoriye göre, insanlar kendilerini kendi toplumları içinde öz-tanımlama yapabilmek için kendilerini çeşitli sosyal kategorilere ayırma eğilimindedirler (Ashforth ve Mael, 1989). "Birlik" veya "gruba ait olma hissi" (Gwinner ve Swanson, 2003) sosyal prestij, pozitif sosyal kimlik ve benlik saygısının artmasına yol açabilir ve aynı zamanda dayanışma ve dostluk duygularını da kışkırtabilir (Zillman vd.,



1989). Sosyal kimlik teorisi, insanların kendilerini toplumda yüksek saygınlığa sahip oldukları algılanan gruplarla ilişkilendirmeye eğilimli olduklarını belirtmektedir (Dutton vd., 1994). İnsanların belirli gruplarla sahip oldukları sosyal tanımlama derecesi, bu grupların kamusal görüntüleri tarafından algılanan benzerlik endeksinden etkilenebilir (Jehn vd., 1999). Toplumsal tanımlamanın sonuçları, ortak ilgi alanlarına odaklanan kabilelerin oluşumuna yol açmakta, bu da sanattan teknik inovasyona doğru bir eğilime kadar uzanabilmektedir.

Mitchell and Imrie (2011)'ye göre kabile pazarlamasının özünde birey değil topluluklar ya da eski adı ile kabileler yer almaktadır. Tüketici davranışını etkileyen faktörler de göz önünde bulundurulduğunda, tüketicinin satın alma kararlarında en önemli unsur "sosyal çevre" olmaktadır.

Kabile üyelerinin bazı özellikleri taşıdıkları söylenebilir. Bu özellikler kabileye olan aidiyeti tamamen ifade etmese de, kabileyle ilgili birtakım bilgiler ve detaylar vererek onu anlamayı kolaylaştırmaktadır. Bir kabilede en az iki tip özellik vardır: Bunlar zamansal ve mekânsal özelliklerdir. Zamansal özellikler açısından bakıldığında, ürünlerin hayat eşliğine benzer şekilde kabilelerin de ortaya çıktığı, büyüdüğü, doruğa ulaştığı, durgunlaştığı ve yok olduğu görülür. Kabileler aynı zamanda fiziksel olarak da mevcuttur. Kabile ya da en azından kabilenin bazı üyeleri kamu alanlarında, toplantı yerlerinde, ibadethanelerde, anma törenlerinde ritüellerini yerine getirebilirler (Cova ve Cova, 2002: 597).

Pathak ve diğ. (2011)'ne göre kabile pazarlaması anlayışı, müşterilerin onları güçlendiren veya bağımsız kılan ürünleri veya hizmetleri aramanın yanı sıra, onları başka tüketicilere, yani bir kabileye bağlayacak ürün veya hizmetleri de aramaktır. Kabile pazarlaması sosyal tanımlama teorisi ile desteklenmektedir. Bu teoriye göre, insanlar kendilerini kendi toplumları içinde bireysel tanımlama yapabilmek için kendilerini çeşitli sosyal kategorilere ayırma eğilimindedirler "Birlik" veya "gruba ait olma hissi" hissi, sosyal prestij, pozitif sosyal kimlik ve benlik saygısının artmasına yol açabilir ve aynı zamanda dayanışma ve dostluk duygularını da kışkırtabilir. Buna göre geleneksel pazarlama yaklaşımları marka gelişimi için sosyal medya ağlarındaki içeriği, özellikle de duygusal boyutunu tamamen kullanamazken, kabile pazarlaması, bireysel müşteriler ve onların duygusal yönleri arasındaki ilişkilere dayanır. Yönetilen ilişkinin sadece tüketici ile değil, aynı zamanda sürekli olarak belirlenen zaman zarfında sürdürüldüğü ve geliştirildiği, toplumsal bağlarını tanıyan ve markayı birlikte oluşturma süreci için bu bağları besleyen devamlı bir süreçtir. Geleneksel pazarlama makro sosyal ilişkileri göz önünde bulundururken mikro sosyal iletişimi görmezden gelmekte bu nedenle yakın ilişki gruplarının tüketici davranışını etkileyebilme düzeyi göz ardı edilmektedir. Mikro sosyal ilişkiler çoğu zaman rasyonellikten uzak düşünceleri de beraberinde getir-

mektedir. Dolayısı ile kabile pazarlamasını anlayabilmek ve uygulayabilmek için bu hususlar da göz önünde bulundurulmalıdır.

## KABİLE PAZARLAMAYA YÖNELİK LİTERATÜR

Kabile pazarlamaya yönelik literatür incelendiğinde konunun oldukça yeni olduğu anlaşılmaktadır. Son dönemde ise uygulamalı çalışmaların arttığı görülmektedir. Konunun daha iyi anlaşılabilmesi için ilgili literatürden aşağıda bahsedilmektedir.

Kabile pazarlama konusu Bernard Cova'nın gerek teorik gerekse uygulamalı çalışmalarıyla tartışılmaya başlanmıştır. Cova'nın (1997) ürün ve hizmetlerin bağlantı değerini vurguladığı çalışması konuya yönelik teorik bir zemin oluşturan en önemli çalışmalardan biridir. Önemli bir diğer kavramsal çalışma Cova ve Cova'nın (2002) toplumun kabileleşmesinin pazarlama davranışına olan etkisini inceledikleri çalışmalarıdır. Kabileler gibi sosyal topluluk olarak bir araya gelmenin bireylerin davranışlarında diğer pazarlama unsurlarından veya yasal kültürel otoritelerden daha etkili olduğu bu çalışmada vurgulanmaktadır. Cova ve Cova'nın (2001) Fransa patencilerini baz alarak yaptıkları araştırma, postmodern tüketim araştırmalarındaki güncel gelişmeleri kabileleri belirlemeye yönelik metodları kullanarak araştırmaktadır. Nitekim kabileler, postmodern tüketici araştırmalarının ve pazarlama eylemini hedeflemenin alternatiflerinden biri haline gelmektedir.

Literatürdeki önemli çalışmalardan biri Kozinets'in (1999) sanal tüketim topluluklarına yönelik kavramsal çalışmasıdır. Nitekim sanal dünyanın öneminin artması araştırmacıların yeni yöntemlere odaklanmasını gerektirmiştir. Netnografik yöntemden bahseden Rokka'nın (2010) çalışması günümüz araştırmacıları için oldukça önemlidir. Tüketicilerin hayatları giderek çevrimiçi dünyalara ve küresel bilgi ağlarına kaydığından araştırmacılar dijital zamanlara özgü bir dizi önemli metodolojik sorularla karşı karşıyadırlar. Rokka (2010) online kültürel fenomenlerin niteliğini araştırmakta ve bu mantıklara erişmek için uygun bir yaklaşım olarak netnografik yönetime yönelik teorik-metodolojik bir yaklaşım önermektedir. Böylelikle ulusötesi online topluluklar ve tüketici ağları gibi yeni translocal sitelerin küreselleşen ve kabileleşen tüketici kültürü üzerinde araştırmalar yapmak için yeni yollar açacağını tartışmaktadır. Kelleher, Whalley, Helkkula'nın (2011) netnografik yönetime bağlı kalarak yaptıkları çalışma kitle kaynaklı çevrimiçi topluluklara katılan tüketici ve şirketlerin yönelimlerini araştırmaktadır. Nokia Design by Community topluluğu (Nokia'nın "rüya" Nokia cihazının bir vizyonunu oluşturmak için organize ettiği bilgi yarışması) analiz edilmiştir. Topluluk üyelerinin sosyal eğilimlerinin ev sahibi organizasyonun dar ticari odağından farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Cova ve Pace (2006) kolayda ürün markasının etrafında oluşmuş sanal marka topluluğunun gücünü analiz etmeyi ve kolayda ürünlere uygulanabilecek sanal marka topluluklarında ortaya çıkmakta olan trendleri izlemeyi amaçladıkları çalışmalarında “Benim Nutellam” web topluluğu üzerinde araştırma yapmışlardır. Araştırmalarının sonucunda ise şu bulgulara ulaşmışlardır: Bir kolayda ürün markasının etrafında toplanan sanal topluluklar sosyalleşmenin ve müşteri yetkilendirmenin yeni biçimlerini göstermektedir. Bu daha çok akranlar arası etkileşime bağlı olarak değil, markaya bağlı ritüeller aracılığıyla bireyin diğer tüketicilere kendini göstermesi aracılığıyla olduğu ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca şirketlerin markanın anlamı üzerindeki rolünün azaldığı söylenebilir.

Cova, Pace, ve Park (2007) “Warhammer” marka topluluğunun Fransa ve Amerika’daki üyelerinin markaya attıkları anlamları karşılaştırmışlardır. Yazarlar markanın sınır ötesi anlamlara sahip homojen ve heterojen anlamlarını ortaya çıkarmışlar ve küresel pazarlamacılar tarafından dikkate alınması gereken bu çokluğun dışında ortaya çıkan pazaryeri ilişkisini tartışmışlardır.

Dionísio, Leal ve Moutinho’nun (2008) çalışması kabile tüketim davranışını ve onun markalama ile olan ilişkisini Portekiz sörf topluluğu üzerinde araştırmışlardır. Sörfçüler ve hayranlar ile iki odak grup görüşmesi yapılmıştır. Sörfçülerin kült karakteristikleri sergilediği belirlenmiştir. Araştırmada sosyal tanınma, sosyalleşme ve sembolizm ile tarif edilen 3 ayrı tip bulunmuştur. Sörfçüler ve hayranlar güçlü marka tanınırlığı sergilemektedirler. Sörf ile alakalı markaların farklı şekillerde tercihinin daha az olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Veloutsou ve Moutinho’nun (2009) çalışmalarında, tüketicilerin markalarla geliştirdiği ilişkinin doğası ve gücü araştırılmaktadır. Ayrıca çalışma kişinin duygularını başkalarına göstermek ve onlarla paylaşmak için marka kabilelerine veya marka topluluklarına katılma eğiliminde olup olmadığını da incelemektedir. Elde edilen bulgulara göre marka ilişkilerinin gücünü belirlemede, marka kabileciliği uzun dönem marka itibarından daha çok belirleyicidir. Anket geliştirmeye yönelik çalışmanın sonunda marka kabileciliğine yönelik kısa bir anket oluşturulmuştur.

Canniford (2011) üç çeşit tüketim topluluğu üzerinde çalışmıştır. Seçilmiş Tüketici Kültürü Teorisi çalışmalarını(CCT) inceleyerek, altkültür tüketimi, marka topluluğu ve tüketici kabileleri teorilerini araştırmıştır. Araştırmasının sonucunda alt kültürün, marka topluluğunun ve tüketici kabilelerinin birbirinden farklı özellikler sergilediğini belirlemiştir.

Mitchell ve Imrie (2011) yeni ortaya çıkmakta olan tüketici kabilesi literatürünü genişletmeyi amaçladıkları çalışmalarında Yeni Zelandadaki “vinly plak

toplayıcıları kabilesi” üzerinde örnek olay çalışması yapmışlardır. Araştırma sonucuna göre tüketici kabilesi, üyeliği içerisinde yer alan öncüllerin ve rollerin daha iyi anlaşılmasını sağlamakta ve kabilenin, bireysel farklılıkları yöneten temel değerlere sahip olduğunu belirlemişlerdir. Ayrıca kültürel sermaye aracılığıyla yönetilen bir hiyerarşinin varlığı da tespit edilmiştir.

Dionísio, Leal, Moutinho (2008) futbol fanlarında ortaya çıkan kabile davranışını belirlemek ve bu kabileciliğin kulüp markalarının tüketimi üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Bu çalışmadaki amaç, taraftar ve kulüp arasındaki kabile ilişkisini belirlemek değil, fanların bağlılığının sponsor marka tercihini ne düzeyde etkilediğini bulmaktır. Elde ettikleri bulgulara göre adanmış taraftarların kulüpleriyle kült ilişkisi vardır. Ayrıca bağlılık seviyesine göre değişen farklı tipolojileri ayırt etmenin mümkün olduğunu tespit etmişlerdir.

Goulding, Shankar ve Canniford (2013) tüketicilerin kabilelere nasıl üye olduklarını anlamaya çalışmışlardır. Gözlem ve derinlemesine görüşme yöntemlerinin kullanıldığı çalışmada kabile olmayı öğrenme birbirine bağlı üç süreç olan, katılma, hayal kurma ve uyuşma süreci yoluyla gerçekleşen komünal bir pratik olarak tanımlanmıştır.

Pathak ve Pathak (2017) netnografik dataya duyarlılık analizi yaparak iki sanal marka topluluğu üzerinde araştırmalarını gerçekleştirmişlerdir. Çalışma sanal kabilelerin gösterdiği olumsuz duygulara özel ilgi gösterme ihtiyacını açıklamayı amaçlamaktadır. Nitekim bu kabileler bilgilendirici iletişim tarzını ilişkisel iletişim tarzına dönüştürmede önemli rol oynamaktadırlar. Çalışmanın genel amacı, ortak ilgi ve arzulara sahip belirli kitleleri hedefleyerek markayı birlikte yaratma sürecinde marka yöneticilerine yardımcı olmaktır.

Jurísic ve Azevedo (2011) araştırmalarında, müşteri-marka ilişkisinin geçmişini gözden geçirerek ve ilişkisel pazarlama bakış açısıyla Portekiz mobil iletişim pazarının taslağını ortaya çıkarmaya çalışmışlardır. Y Kuşağından 606 mobil iletişim kullanıcılarına internet tabanlı anketle ulaşılarak veriler toplanmıştır. Optimus, TMN ve Vodafone'nun duygulara yönelik pazarlama yaptığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca bu markalar kurumsal markalarıyla olan ilişkilerini yönetmek için müşteri veritabanları oluşturmaktadırlar. Fakat hepsi marka kabileciliğine, itibarına veya memnuniyetine aynı seviyede ulaşamamaktadır.

Helyar (2007) çalışmasında, online forumlar, sokak görüşmeleri, bloglar, video günlükleri, uzman pazarlamacıların tavsiyeleri yöntemlerini kullanarak Kanal 4'ün başarısını araştırmıştır. Bu kanalın başarısının anahtarı gençlere ulaşabilme yeteneğidir. Gençlik kültürünün canlılık ve dinamizmi, işletmeleri bu kitleyi anlamak için yeni yollar aramaya mecbur bırakmıştır. Çalışma sonucunda 23 kabile ortaya çıkarılmıştır.

## Günümüz Kabileleri ile Eski Çağ Kabileleri Arasındaki Benzerlik ve Farklılıklar

Günümüzde tüketim kültürü göz önünde bulundurulduğunda postmodern toplulukların da tıpkı eski dönemlerdeki kabilelere benzediği savunulabilir. Bunun nedenini anlayabilmek için eski çağ kabilelerinin aşağıdaki özelliklerine ve günümüz topluluklarındaki benzerliklere bakılabilir:

**Tablo 1.** Toplumsal Dinamikler

Eski Çağ Kabileleri	Günümüz Kabileleri
Toplumsal düzeni korumak ya da seçmenlerini bütüncül kurallara boyun eğmeye zorlamak için merkezi iktidara (otoriteye) güvenemezler.	Yöneticiler toplulukların her birinin isteğini yerine getiremeyeceği için, güvenilmezlerdir.
Kurumsal güce karşı, bir karşı gücü temsil eden kolektif aktörler oluştururlar.	Ulusal ve uluslararası yönetimlerin karşısında duracak alternatif güçler ortaya çıkarırlar. Örneğin; Greenpeace
Akılcı ve modern bir unsur etrafında değil; bir projeyi, ilerleme kavramını, akılcı olmayan ve eski unsurların çevresinde, akrabalığı, duyguyu, tutkuyu ve dünyanın yeniden büyümesine katılmaları anlamında klanlara ve diğer etnik etkileşimli gruplara yakındırlar.	Fiziksel ya da sanal bir sosyal etkileşimi, hedonizmi, birlikteliği ve nostaljik etkilerin verdiği mutluluğu ya da karmaşık bir ruh halinin birliktelikler ile birleştiğinde mutluluk verdiğini savunurlar.

**Kaynak:** Maffesoli, M., (1996). *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. Sage Publications, London.

Yukardaki tablodan da anlaşılacağı üzere eski ve yeni kabilelerin ortak özellikleri bulunmakla birlikte, yeni kabileler, insanların ortak sıradan tutkular etrafında toplandıkları, yetişkin kabilelerin sayısıyla gösterildiği gibi, kendilerini genç gruplara ayırmazlar. Aslında, postmodern kabilelerin ortak paydası, duygu ya da tutku topluluğudur. Bu nedenle günümüz kabilelerini daha modern bir isimle söylemek gerekirse onlara kabileden daha çok topluluklar adını vermek daha doğru olacaktır. (Cova, Cova, 2002: 598). Maffesoli (1996)'ye göre ise postmodern kabileler, doğası gereği istikrarsız, daha küçük yapıda, etkileyici ve modern toplumun yerleşik parametrelerinden hiçbirisiyle bağlı değildir. Bunun yerine, aslanan paylaşılmış duygu ve tutkuyla bir arada yaşayabilirler. Kabileler üyelerine sembolik ve ritüel bir şekilde etki etmişlerdir. (Cova, Cova, 2002: 599):

- Eski kabileler kalıcı ve topyekûn kabilelerken, modern kabileler geçici gruplar şeklinde ortaya çıkmaktadır.
- Eski kabilelerde bir kişi sadece bir kabileye üye olabilirdi. Ancak günümüzde bir kişi birçok kabilenin üyesi olabilmektedir.
- Eski kabilelerin sınırları fizikselken, modern kabilelerin sınırları daha çok sanal kavramlardan oluşmaktadır.

- Eski kabile ilişkileri daha çok akrabalık, dil, din, ırk gibi unsurlardan oluşmakta idi. Günümüz kabilelerinde ise daha çok hisler söz sahibidir.

Müşteri iletişimi sürecinde bireyci pazarlama yaklaşımı ve kabileci pazarlama yaklaşımı arasındaki farkları ise aşağıdaki tablodaki gibi sıralamak mümkündür (Özbölük, 2016):

**Tablo 2.** Bireysel Pazarlama İletişimi ve Kabile Pazarlaması İletişimi Arasındaki Farklar

Bireyci Yaklaşım	Kabileci Yaklaşım
Müşteri-ışletme ilişkisi kurmayı hedefler.	Müşteri-müşteri ilişkisi kurmayı hedefler.
İşletme ilişkinin tarafıdır.	İşletme ilişkinin dayanağı, destekçisidir.
Bilişsel sadakati geliştirmeye odaklanır.	Duygusal sadakati geliştirmeye odaklanır.
Sadakat kartı, bülten tahtası gibi sadakat araçları kullanır.	Ritüel ve kültürlere sadakat aracı olarak kullanır.

Pazarlamayı, topluluğun yokluğu sonucunda oluşan, postmodern gedikleri doldurmayı mümkün kılacak bir sistem olarak tanımlayan bireyci yaklaşımın aksine kabileci yaklaşım; pazarlamayı “topluluk bağının itici gücü” olarak tanımlar ve postmodern bireyin ürünleri bağlantı değeri ile değerlendirdiğini, bu durumun da birey açısından sosyal etkileşime izin verdiğini ve onu desteklediği gözlemlenmektedir. Birliklerini onaylatma ve güçlendirme ihtiyacı duyan günümüz kabileleri birlikte olabilmeye imkan tanıyan ve destekleyen her şeyi önemsemektedirler (Özbölük, 2016: 9).

Kabile pazarlaması, tüketicilerin demografik ve yaşam tarzı verilerine dayanan tüketici segmentasyonu (Kozinets, 1999) tarafından oluşturulan veritabanını tarafından yönlendirilen ve satın alma teşvikleri yoluyla bireysel sadakat için çaba gösteren geleneksel ilişki pazarlaması yaklaşımından farklıdır. Bu tür pazarlama yaklaşımları, marka gelişimi için sosyal medya ağlarındaki içeriği, özellikle de duygusal veya duygusal boyutunu tamamen kullanamaz. Aksine, kabile pazarlaması, bireysel müşteriler ve onların duygusal boyutu arasındaki ilişkilere dayanır. Bir markanın kimliğinde radikal bir değişim değil, evrimsel bir süreçtir. İlişkinin sadece tüketici ile değil, aynı zamanda sürekli olarak bir süre boyunca sürekli olarak sürdürüldüğü ve geliştirildiği, toplumsal bağlarını tanıyan ve marka birlikte yaratma süreci için bu bağları besleyen sürekli bir süreçtir (Pathak ve diğ., 2017: 19).

### Kabile Pazarlamasında Tüketim

Kabile tüketimi pazarlama alanında görece yeni bir kavram olmakla birlikte postmodern tüketimin ortaya çıkması ile konuşulmaya başlanmış ve pazarlama araştırmacılarına yeni bir bakış açısı kazandırmıştır (Kozinets, 1999; Gronroos, 2006; Fırat ve Diğ., 2006).



Bireyselci yaklaşımların aksine Kabilecilik anlayışı tüketiciyi bağımsız biri olarak değil, herhangi bir kabilenin üyesi olarak görür. Kabilenin bir üyesi olarak “tüketen birey”, tüketici davranışı teorilerinde tanımlanan duygusal ve narsistik yorumun ötesindedir. Üyeler, her zamankinden daha fazla deneyim edinmeye çalışan bağımsız birer birey olarak görülmemektedir. Tüketen birey, kişisel duygulara dayanmak yerine, ürün sembolizminin kabile için bir evren yarattığı “kabile üyesi” olarak görülmektedir (Ostergaard ve Jantzen, 2000:18). Üyeler topluluğa daha çok katıldıkça, kabilenin içerisinde üretilip tüketilen yaşam projeleri, anlam ve pratikler, üyelerin merkezi tüketim bağlamına daha çok yerleşmektedir.

Mitchell ve Imrie (2010)’ye göre; tüketici davranışlarına kabile gözünden bakan bir yaklaşım, pazarlamacıların geleneksel pazarlama teorisinin ötesine geçmelerini sağlar ve tüketicileri yani anlamlı paylaşımlara dayanan tüketici gruplarını segmentlere ayırmanın bir yolunu bularak, çağrılarını yanıtlama fırsatı bulabilir. Kabile üyelerinin kabile için sahip oldukları duygusal bağlanma pazarlamacıların tüketici gruplarında “ortak yaşama / hayatı paylaşma” ilişkileri geliştirmeleri için bir fırsat sunmaktadır. Bu ilişkiler, tekrar satın alma davranışını, müşteri sadakatini, sadakatin getirdiği olumlu etkileri fikrine dayananlara göre kabile anlayışının kolektif eylemi desteklediğine inanır ve pazarlama çabalarını bu yönde iletir.

Kozinets (1999)’e göre kabile tüketiminin iki öncü itici gücü bulunmaktadır. Bunlardan ilki kabile tüketiminin benliğe ve kişinin öz kimliğine olan yansımalarıdır ki bu yansımalar aslında kişinin kararlarının merkezinde bulunmaktadır ve bir kabilenin sahip olduğu paylaşılan faaliyet, tutku veya inancın birey için ne kadar önemli olduğunu ifade eder. İkincisi ise, diğer kabile üyeleriyle olan sosyal ilişkilerin yoğunluğudur. Bu öncüllerin gücü, bireyin kabileye katılım ve kabile ile birlikte benzer tüketim düzeyini etkilemektedir.

Kabilelerin sosyal dinamikleri, üyelere kendi aralarında ya da kabile ile duygusal bağ kurmalarını teşvik ettiğinden, bireylerin tüketimini geliştirerek kabile tüketimine dönüştürmektedir. Ancak unutulmamalıdır ki kabile üyelerinin kabile ile olan iletişimlerinin şiddeti ve kabileye bağlılıkları farklıdır. Cova ve Cova 2002 yılında yapmış oldukları çalışmalarında bireyin kabile içindeki rolünü şu dört şekilde açıklamıştır: Düşük katılımcılar (sempatizan), aktif üyeler, uyarıcılar ve adanmışlar. Bu rollere göre bireyin davranışlarının ve tüketim algısının kabileden etkilenişi giderek yükselmekte, örneğin adanmışlar tüketimlerini tamamen kabile dinamiklerine göre yaparken, sempatizanlar yani düşük katılımcılar başka etkileşimleri de dikkate almakta ve kabile değerleri içinde olmayan tüketimlerde dahi bulunabilmektedir. Yine sempatizanların kabileden ayrılması ya da kabile içerisinde iken başka kabilelerin davranışla-



rını sergilemesi normal karşılanabilmektedir. Rozenberga ve Silko (2005) tarafından yapılan snowbord sporu ve kabile pazarlaması konulu araştırmaya göre de sempatizanlar snowbord sporunu vakit geçirmek, aile arkadaş sevgili buluşmalarında güzel bir aktivite yapabilmek için yaparken, adanmışlar bunu bir iş olarak görmekte, yaşam tarzını snowbord sporuna göre şekillendirmektedir.

Özetle kabile tüketiminin özünde kabile ya da topluluk dinamikleri ve bu değerlere kabile üyelerinin bakışı yatmaktadır. Son zamanlarda TRT 1 kanalında yayınlanan Diriliş Dizisi ve bu dizinin izleyenleri arasından diziyi içselleştirenlerin davranışlarına bakıldığında birçok bireyin Diriliş sevenleri kabilesini oluşturduğunu, bu dizi karakterlerinin davranışlarını sergilediğini, bu davranışları yaşam tarzına yansıttığı hatta kılıç, balta, alp kıyafeti gibi tüketimlerde bulunduğunu söylemek mümkündür.

### **Kabile Pazarlamasında Önemli Bir Kavram Olarak “Bağlantı Değeri”**

Bağlantı değeri, ürün ya da hizmetlerin bireyler arasında bağlar kurmasına ve bu bağların güçlendirilmesine katkı sağlar. Antropoloji ve sosyolojiden alınan kavram “geçmişte ya da şu anda, gerçek ya da hayali, insanlar arasındaki bağları yapılandırmada ya da güçlendirmede bir mal ya da hizmetin değeri” olarak tanımlanmaktadır. Bu değer, ürün ya da hizmetin kullanım değerinin ötesinde göz önünde bulundurulması gereken bir niteliktir. Tüketiciler arasında kişiler arası bağların oluşturulması, geliştirilmesi ve sürdürülmesini sağlar. (Akt. Özbölük, 2016:9). Böylelikle tüketici ile bağlantı değeri arasında kurulan ilişkiler, tüketilenden daha önemli hale gelir (Canniford, 2011, 70).

Cova ve Cova (2002)'ya göre; kabile pazarlaması anlayışına göre ürünleri kişiselleştirmenin yanı sıra, bu ürünlerin üyeler arasında ortak davranışlara yol açabilecek duygusal bir bağ da yaratması sağlanmalıdır. İşletme ve müşteri iletişimde topluluk bağlantısı göz önünde bulundurulmalı ve müşterilerin sadece işletme ile değil aynı zamanda kendi aralarında ilişkiler kurmaları da desteklenmelidir. Çünkü günümüz tüketicileri sadece sunulan ürün ve hizmetlerden yararlanan bir nesne olmayı değil; aynı zamanda sunumun oluşturulmasında rolü olan, sunumun her aşamasında aktif rol üstlenen, sunumu öncesi ve sonrası ile yaşayan bireyler olmayı ve bu sunumda içinde buldukları topluluklar ya da kabileleri ile yaşadıkları paylaşımları deneyimlere dönüştürebilmeyi istemektedirler.

Cova ve White (2010)'a göre, işletmeler açısından kabileci pazarlama başarısı elde etmenin ve kabile ruhu oluşturabilmenin önemli unsurlarından bir tanesi de tüketiciler ve üreticilerin ortaklaşa geliştirdiği bağlantı değerini sürdürülebilmektir. Bağlantı değerinin önemine inanan işletmeler bu değerini oluşturulabilmesi ve sürdürülebilmesi adına önemli yatırımlar yapmaktadırlar. Ancak

unutulmamalıdır ki tüketicilerin desteği olmadan bağlantı değerini üretmek ve sürdürülebilmek mümkün olmayacaktır. Bu anlamda tüketim kabileleri, bağlantı değerinin hem kurucuları hem de oyuncularındır. Kabilelerin en önemli güçleri üyeleridir. Bu topluluklara daha fazla insan katıldıkça, etkileşim kurma ve ilişki geliştirme fırsatları daha fazla olacaktır.

## SONUÇ

Günümüz dünyasında değişimler oldukça hızlı bir şekilde olmaktadır. Bu değişim tüketicinin ve tüketim rolünün değişimine de neden olmuştur. Tüketici olarak bireylerin, ihtiyaçlarını karşılayarak yaşam düzeylerini yükseltebilmek ve bunu koruyabilmek için bilinçli tüketim konusunda bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Bu bilgileri sağlayabilmek için belirli bilgi kaynaklarına ihtiyaç vardır. Bu bilgi kaynaklarından biri olan ilişkili oldukları bireyler veya topluluklardır. Toplulukların bireyler üzerindeki güçlü ve yönlendirici etkisi, pazarlamacıları da bu alana yönlendirmektedir. Geleneksel ya da modern bütün Pazarlama çabalarında yeni bir ürün/hizmet üretimi öncesinde ya da üretimi sırasında, öncelikle hedef kitlelerinin oluşturduğu, bağlantı içinde olduğu topluluklarla iletişim kurarak, onların beklentileri ve değerleri çerçevesinde, onlarla birlikte üretimi gerçekleştirmekte ve topluluklardan elde ettikleri geribildirimlerle pazarlama çabalarına yön vermektirler. Pazarlamacıların yaptığı, postmodern toplulukların paylaştığı ortak bağlantı değerlerine işaret edecek, yaşam biçimi ve kültürü yansıtan bir konsept yaratarak, bu konsept üzerinde pazarlama çabalarını gerçekleştirmektir.

Günümüzde pazarlama biliminin ve pazarlama alanında yer alan kavramların, işletmelerin başarılarındaki etkileri giderek artmaktadır. Müşterilerin, işletmelerin ve toplumun beklentilerini eş zamanlı gerçekleştirmek zorunda kalan pazarlamacıların görevleri, yoğun rekabet ve doymuş tüketici istekleri, özellikle kalite ve ürün fiyatlarının birbirine çok benzer olması sonucunda daha da artmaktadır. Bu durum işletmeleri bu ürünlerin satışında farklı pazarlama stratejileri uygulamaya yöneltmiştir. Kabilelerin kültürel değerlerden ödün vermeden iş fırsatlarından yararlanmasına olanak tanıyan bir ticari girişim yapısı oluşturmak işletmeleri günümüz tüketimine adapte edebilme başarısının altında yatan en önemli nedenlerdendir (Combs, 2017: 21).

Postmodern bakış açısının pazarlama alanındaki yansımalarından biri olarak görebileğimiz kabile pazarlama anlayışını görece yeni bir konu olarak değerlendirebiliriz. Bu nedenle bu çalışmada literatürde yer alan kabile pazarlama üzerine yapılmış çalışmalar ele alınmış ve kavramsal bir çerçeve geliştirilmeye çalışılmıştır. Eski çağlara aitmiş gibi görünen kabilelerin günümüzde hangi biçimlerde karşımıza çıkabileceği örneklerle açıklanmaya çalışılmış ve günümüz



kabilelerinin eski çağ kabilelerinden farklı kılan özellikler sıralanmıştır. Kabile pazarlaması ve tüketim ilişkisi açıklanmıştır. Son olarak ise kabile parlaması üzerine yapılmış çalışmalarda sıklıkla karşılaşılan bir kavram olarak “bağlantı değeri” kavramından bahsedilmiştir.

## KAYNAKÇA

- Ashforth, B. Mael, F. (1989), Social Identity Theory And The Organisation. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-30.
- Bakır, U. Çelik, M. (2013). Tüketim Toplumuna Eleştirel Bir Yaklaşım: Kültür Bozumu ve Yıkıcı Reklamlar. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(4), 46-63.
- Brown, S. (1993). Postmodern marketing. *European Journal of Marketing*, 27 (4), 19-34.
- Caniford, R. (2011). How to manage customer tribes. *Journal of Strategic Marketing*, 19 (7), 591-606.
- Cleo, M., Imrie, B.C. (2011). Consumer tribes: Membership consumption and building loyalty. *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics*, 23 (1), 39-56.
- Combs, R.M. (2017). Exploring Winery Operation as a Diversification Option for Native American Tribal Enterprises. 05.04.2018 tarihinde <http://scholarworks.uark.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3501&context=etd> internet adresinden erişilmiştir.
- Cooper, S., Mcloughlin, D., Keating, A. (2005). Individual and neo-tribal consumption: Tales from the Simpsons of Springfield. *Journal of Consumer Behavior*, 4 (5), 330-344.
- Costa, J. A. (1995). Contemporary Marketing And Consumer Behavior: An Anthropological Sourcebook. The Social Organizations Of Consumer Behavior In Sherry, J.F.
- Cova, B. & White, T. (2010). Counter-brand and Alter-Brand Communities: The Impact of Web 2.0 on Tribal Marketing Approaches. *Journal of Marketing Management*, 26(3), 256-270.
- Cova, B. (1996). The Postmodern Explained To Managers: Implications For Marketing. *Business Horizons*, 39 (6), 15-24.
- Cova, B. (1997). Community and consumption: Towards a definition of 'linking value' of product or service. *European Journal of Marketing*, 31 (3/4), 297-316.
- Cova, B. Pace, S. Park, D.J. (2007). Global Brand Communities Across Borders: The Warhammer Case. *International Marketing Review*, 24 (3), 313-329.
- Cova, B., Cova V. (2001). Tribal aspects of postmodern consumption research: The case of French in-line roller skaters. *Journal of Consumer Behaviors*, 1 (1), 67-76.

- Cova, B., Cova V. (2002). Tribal marketing, the tribalisation of society and its impact on the conduct of marketing. *European Journal of Marketing*, 3 (5/6), 595-620.
- Cova, B., Pace, S. (2006). “ Brand community of convenience products: New forms of customer empowerment-the case “my Nutella the community. *European Journal of Marketing*, 40 (9) 1087-1105.
- Dionísio, P. Leal, C. Moutinho, L. (2008). A Phenomenological Research Study on Sports Fandom in Portugal: A Comparative Study of Surfing and Football. *Journal of Euromarketing*, 17 (3/4). 233-253.
- Dutton, J.E. Dukerich, J.M. Harqual, C.V. (1994). Organisational images and member Identification. *Administrative Science Quarterly*, 39, 239-263.
- Firat, F. A., Dholakia, N., Venkatesh, A. (1995). Marketing in a postmodern World. *European Journal of Marketing*, 29 (1), 40-56.
- Firat, F. A., Shulz C. J. (1997). From segmentation to fragmentation: Markets and marketing strategy in the postmodern era. *European Journal of Marketing*, 31 (3/4), 183- 207.
- Gomez, A. & Acebron. L.C. (2001). Postmodern Approaches In Business-To-Business Marketing And Marketing Research. *Journal of Business & Industrial Marketing* 16(1), 7-20
- Goulding C. & Shankar, A. & Canniford, R. (2013). Learning to be Tribal: Facilitating the Formation of Consumer Tribes., *European Journal of Marketing*, 47(5), 813-832.
- Goulding, C., Shankar, A., & Elliott, R. (2002). Working Weeks, Rave Weekends: Identity Fragmentation And The Emergence Of New Communities. *Consumption, Markets and Culture*, 5, 261-284.
- Goulding, C., Shankar, A., Elliott, R., & Canniford, R. (2009). The Marketplace Management Of Illicit Pleasure. *Journal of Consumer Research*, 35, 759-771.
- Greenacre, L. Freeman L. Donald, M. (2013). Contrasting Social Network And Tribal Theories: An Applied Perspective. *Journal of Business Research*, 66, 948-954.
- Gronroos, C. (2006), On Defining Marketing: Finding A New Roadmap For Marketing. *Marketing Theory*, 6(4), 395-417.
- Gwinner, K. Swanson, S. (2003). A Model Of Fan Identification: Antecedents And Sponsorship Outcomes. *Journal of Services Marketing*, 17(3), 275-294.
- Helyar, R. (2007). Youth culture uncut: youth tribes 2007. *Young Consumers*, 8 (2), 101-107.

- Jehn, K.A. Northcraft, G.B. Neale, M.A. (1999). Why Differences Make A Difference: A Study Of Diversity, Conflict And Performance Workgroups. *Administrative Science Quarterly*, 44, 741-763.
- Jurisić, B. Azevedo, A. 2011. Building Customer-Brand Relationships In The Mobile Communications Market: The Role Of Brand Tribalism And Brand Reputation. *Journal of Brand Management* 18(4/5), 349-366.
- Kelleher, C. Whalley, A. Helkkula, A. (2011). Collaborative Value Co-Creation In Crowd-Sourced Online Communities – Acknowledging And Resolving Competing Commercial And Communal Orientations. *Research In Consumer Behavior*. 1-18.
- Kozinets, R.V. (1999), E-tribalized marketing? The Strategic Implications Of Virtual Communities Of Consumption. *European Management Journal*, 17(3), 252-64.
- Maffesoli, M., (1996). *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. Sage Publications, London.
- Meir, R. Scott, D. (2007). Tribalism: Definition, Identification And Relevance To The Marketing Of Professional Sports Franchises. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 8(4), 43-59.
- Mitchell, C. & Imrie, B.C. (2011). Consumer Tribes: Membership, Consumption And Building Loyalty. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(1), 39-56.
- Nar, M.Ş. (2015). Küreselleşmenin Tüketim Kültürü Üzerindeki Etkisi: Teknoloji Tüketimi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(37), 941-954.
- Nuttall, P. & Arnold, S. & Carless, L. & Crockford, L. & Finnermore, K. & Frazier, R. & Hill, A. (2011). Understanding music consumption through a tribal lens. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18(2), 152-159.
- Ostergaard, P. Jantzen, C. (2000). Shifting Perspectives In Consumer Research: From Buyer Behavior To Consumption Studies. in Beckmann, S. Elliott, R. H. (Eds). *Interpretive Consumer Research: Paradigms, Methodologies and Applications*. CBS Press. Copenhagen. 9-23.
- Özbölük, T. (2015). Postmodernizm Bağlamında Kabilenin Yeniden Keşfi: Postmodern Tüketici Kabileleri. *Hacettepe Üniversitesi, Sosyolojik Araştırmalar E-Dergi*, 1304-2823.
- Özdemir, B. (2016). Post Modern Pazarlama Nedir. 02.03.2015 tarihinde <https://prezi.com/fc0hsk85zrpq/post-modern-pazarlama-nedir/> internet adresinden erişilmiştir.

- Papatya, N. Özdemir Ş. (2012), Hazcı Tüketim Davranışları ve Televizyon Programlarını İzleme Eğilimleri Arasındaki İlişki: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(3-4). 161-183.
- Pathak X & Pathak, M. (2017). Sentiment Analysis Of Virtual Brand Communities For Effective Tribal Marketing. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 11(1), 16-38.
- Rokka, J. (2010). Netnographic Inquiry And New Translocal Sites Of The Social. *International Journal of Consumer Studies*, 34(4), 381-387.
- Rozenberga, L., & Silko, L. (2005). *Application of Tribal Marketing in Latvia: The Case of Snowboarders*. Rigas Ekonomikas augstskola.
- Veloutsou, C. Moutinho, L. (2009). Brand Relationships Through Brand Reputation And Brand Tribalism. *Journal of Business Research*, 62(3), 314-322.
- Yeygel, S. (2006). Postmodern Toplumsal Yapının Pazarlamaya Getirdiği Yeni Boyut: Topluluk Pazarlaması (Tribal Marketing). *Bilgi Dergisi*, 38, 197-227.
- Zillman, D. Byrant, J. Sapolsky, N. (1989). Enjoyment From Sports Spectatorship, Sports. *Games and Play*. 241-278.





# ÖĞRENCİLERİN KARIYER TERCİHLERİNE GÖRE KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN KARIYER DEĞERLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: İŞLETME LİSANS BÖLÜMÜ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Effects of the Students' Personality Traits on  
Their Career Anchors by Their Career Trends: A  
Research on Students in Business Administration

Gönderim Tarihi: 16.04.2018

Kabul Tarihi: 09.10.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492459

Nihan YAVUZ\*

Mehmet SAĞLAM\*\*

Beliz ÜLGEN\*\*\*

**ÖZ:** Bu çalışmada, İşletme lisans bölümü öğrencilerinin iş hayatında çalışmayı tercih ettikleri departmanlara göre, beş büyük faktör kuramı kişilik özelliklerinin kariyer değerleri üzerindeki etkisinin incelenmesi ve aynı zamanda bu tercihlerine göre hem kariyer değerleri boyutlarının hem de kişilik özellikleri boyutlarının ortalama düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. İstanbul'da bir devlet üniversitesinde kolayda örnekleme ile belirlenen 414 katılımcı öğrenciye, yüz yüze uygulanan anket aracılığıyla toplanan verilerin analizinde, SPSS 22 paket programı kullanılmıştır. Araştırmada; frekans analizi, Kolmogorov-Smirnov testi, faktör analizi, güvenilirlik testi ve kariyer değerleri üzerinde kariyer tercihlerine göre kişilik özelliklerinin etkisinin belirlenmesi için regresyon analizi uygulanmıştır. Araştırma bulgularına göre; muhasebe kariyer tercihi gösteren öğrencilerin güvenlik kariyer değeri ile uyumluluk kişilik özelliği; finans kariyer tercihi gösteren öğrencilerin teknik kariyer değeri; insan kaynakları kariyer tercihi gösteren öğrencilerin yönetsel kariyer değeri ve uyumluluk kişilik özelliği; pazarlama kariyer tercihi gösteren öğrencilerin yaşam tarzı kariyer değeri ve deneyime açık kişilik özelliği göstermekte oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kişilik, Kariyer Değerleri, Beş Büyük Faktör Kuramı.

\* Arş. Görv., İstanbul Ticaret Üniversitesi/İşletme Fakültesi/İşletme Bölümü, nyavuz@ticaret.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-1603-2520.

\*\* Arş. Görv., İstanbul Ticaret Üniversitesi/İşletme Fakültesi/İşletme Bölümü, msaglam@ticaret.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-1909-4284.

\*\*\* Prof. Dr. İstanbul Ticaret Üniversitesi/İşletme Fakültesi/İşletme İngilizce Bölümü, bulgen@ticaret.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-7589-6812.

**ABSTRACT:** The purpose of this study is to examine the effect of Big Five Factor personality traits on career anchors and to determine the average levels of both career anchor dimensions and personality trait dimensions, according to career trends reported by students in the department of Business Administration. For these purposes and within this scope, 414 participant students were reached by convenience sampling at a state university in İstanbul. The data obtained by face-to-face questionnaires were analyzed using the packaged program SPSS 22. This study contains frequency analysis, Kolmogorov-Smirnov test, factor analysis, reliability test. Additionally regression analysis was used to determine the effect of personality traits on career anchors based on career preferences. According to research results; the students who interested in accounting career preference demonstrate the personality trait of agreeableness with the security career anchor; the students who interested in finance career preference demonstrate the technical-functional career anchor; the students who interested in human resources career preference demonstrate the personality trait of agreeableness with the managerial competence career anchor; and finally the students who interested in marketing career preference demonstrate the personality trait of openness to newness with lifestyle career anchor.

**Keywords:** Personality, Career Anchors, Five Factor Theory.

## GİRİŞ

Değişen çevre koşulları, yeniden şekillenen kariyer ihtiyaçları, farklı kariyer yollarının ve farklı mesleklerin etkisiyle kariyer kavramına yüklenen anlamlar ve yapılan tanımlamalar zaman içerisinde değişkenlik göstermektedir. Kariyer ve kariyer tercihleri üzerine yapılan çalışmalarda da zaman içerisinde kariyer kavramının farklı yönleri üzerinde durulmuş ve farklı kavramlarla ilişkileri açısından incelenmiştir (Schein, 2007; Jiang ve Klein, 1999; Mignonac ve Herbach, 2003).

Bireyler, öncelikle lise döneminde meslekleri tanımaya başlamakta ardından üniversite ve program tercihleri doğrultusunda kariyer tercihlerini yapmaktadırlar. Üniversite eğitimleri boyunca aldıkları eğitim ile farklı meslek gruplarını veya sadece kendi alanlarını daha detaylı olarak öğrenmekte ve bu doğrultuda kariyer tercihlerini şekillendirmektedirler. Bireylerin gençlik dönemlerinde tercih ettikleri meslek alanları üzerinden oluşturdukları kariyer yollarının genellikle emeklilik dönemlerine kadar devam edeceği göz önüne alındığında severek ve ilgi duyarak kendilerine en uygun kariyeri tercih etmeleri önemli rol oynamaktadır. Bu noktada kişinin sahip olduğu kişilik özellikleri ve bireyin sahip olduğu kişilik özelliklerine en uygun kariyeri tercih etmesi devreye girmektedir. Bireyler açısından bakıldığında kişilik özelliklerine en uygun kariyer tercihinin gerçekleşmesi bireylerin iş performansı, iş stresi, tükenmişlik, iş tatmini gibi olgular üzerine etki ederken; örgütler açısından bakıldığında ise çalışanların işe devam oranı, işgücü devir oranı, örgütsel bağlılık, iş per-

formansı, örgütsel iklim ve örgüt kültürü kavramları üzerinde önemli rol oynamaktadır (Bayram vd., 2012; Kamaşak ve Bulutlar, 2010; Barutçugil, 2004; Sarıkaya ve Khorshid, 2009; Seibert ve Kraimer, 2001).

## KİŞİLİK KAVRAMI

Latince “persona” kelimesinden gelen, Antik Yunan ve Roma’da sahne sanatçılarının canlandırdıkları karakterleri temsil eden maske olarak nitelendirilen kişilik kavramı sosyal hayatın bir parçası olarak yüzyıllar boyunca ilgi görmüş; ancak kavramın bilimsel anlamda gelişimi 1930’lu yıllarda kişilik psikolojisinin ayrı bir bilimsel disiplin olarak ortaya çıkması ile başlamıştır (İlgaz Yıldırım vd., 2016; Mc Adams, 1997). Sık kullanılan tanımlardan biri olan kişilik tanımına göre, “kişilik, çevresine uyum sağlarken kendine has düzenlemelerini belirleyen psikofiziksel sistemlerin sahibi olan bireyin içindeki dinamik organizasyondur” (akt. Robbins ve Judge, 2012: 135).

Kişilik, bireyin hayatı boyunca istikrarlı bir biçimde kim olduğunu, davranışlarının nedenlerini ve sosyal çevresinin onu anlamlandırabildiği duygusal, davranışsal ve bilişsel yapısını belirleyen bir süreçtir. Bireyin şahit olduğu farklı günlük olaylara karşı verdiği tepkiler olarak da nitelendirilen kişilik, bireyin diğer bireylerin yanında gösterdiği davranış özellikleridir. (Mount vd., 2005; Davies, 1998; Morgan, 1999).

Funder’a göre (2001) ise kişilik, açık ya da kapalı şekilde psikolojik mekanizmalar ile bireyin sahip olduğu düşünce, duygu ve davranış kalıplarıdır. Robbins ve Judge’ye göre (2012) ise kişilik, bireylerin çevresine karşı tepki göstermek veya çevresiyle etkileşime girebilmek amacıyla kullandığı yolların bütünüdür. Kişilik, bireyin çeşitli durumlar karşısındaki davranışlarını anlamlandıran; bireylerin sergiledikleri duygusal, davranışsal ve motiv tarzlarını kalıcı olarak açıklamaktadır (akt. Mount vd., 2005).

Kişilik kavramının anlamını, üzerinde nelerin etkili olduğunu, farklı davranışların ve farklı bireysel özelliklerin temelinde hangi olguların yer aldığını ve etkilerini açıklamak amacıyla farklı kuramlar ortaya atılmıştır. Bu kuramlar arasında en çok kabul görenlerden biri, Costa ve McCrae tarafından 1985 yılında ortaya atılan Beş Büyük Faktör Kuramı’dır. Kuramın, bireylerin kendilerini ve çevrelerini anlamlandırabilmeleri ve iletişimin temel öğelerinden olan dil esasına dayalı bir yapıda oluşu önemli bir faktördür (akt. Bitlisli vd., 2013).

## Beş Büyük Faktör Kuramı ve Özellikleri

Farklı bireysel özellikler ile farklı kişilik tiplerinin var olması farklı duygu, düşünce, tutum, davranışların ortaya çıkmasına hatta bunun sonucunda farklı yaşam tarzlarının oluşmasına, birçok konuda farklı kararlar alınmasına ve tercihler yapılmasına katkı sağlamaktadır.

İnsanların farklılıklarını tanımlayan kişilik özelliklerinin açıklanmasında, kişilik ile ilgili model ve kişilik tipleri tanımlamaları arasında en önemlilerinden biri Costa ve McCrae (1985) tarafından geliştirilen “Beş Büyük Faktör Kuramı”dır. Bireysel farklılıklar üzerine kurulu olan Beş Büyük Faktör Kuramı, her bir bireyin sahip olduğu bireysel farklılıkların bütün dillerde kodlanabileceği ve bunun sözcüklere yansıtacağını ileri sürerek kişilik yapılarının var olduğu sınıflandırma temeline dayanmaktadır (Tatlılıoğlu, 2014).

Bireysel farklılıkların sözcüklere yansıdığı varsayımı ile kişilik özelliklerinin sınıflandırılmasını vurgulayan çalışma, iki İngilizce sözlük ve 17.953 kişilik tanımlayıcı sözcük ile gerçekleştirilmiştir. Bulunan sözcük sayısı 4504 kişilik tanımlayıcı sığara kadar indirgenmiş, ardından Cattell (1943) tarafından eşanlamlı sıfatların elenmesi ile sıfat sayısı 171’e indirgenmiş, analiz sonucu 35 kişilik özelliği ve ardından etmen çözümlemesi yöntemi ile 16 büyük kişilik özelliği ortaya çıkarılmıştır (akt. Abdioğlu vd., 2015: 86). Sonrasında, mevcut sözcükler listesi tekrar incelenmiş ve faktör analizleri sonucunda ilk beş faktörün “Büyük Beş”i ve bu beş boyutun kişiliği en geniş soyutlama düzeyinde temsil ettiği ve her büyük beş boyutun, çok sayıda belirli kişilik özelliklerini içerdiği ortaya koyulmuştur (John ve Srivastava, 1999). Bu temel beş büyük kişilik özelliği kendi içinde daha alt ayırt edici bireysel farklılıkları da içermekte ve temsil etmektedir. Bahsi geçen beş büyük faktör; dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal denge ve deneyime açıklık faktörleridir.

### **Dışadönüklük**

Sosyallik, hareket halinde olma, kendine güven duyma, pozitif duygusallık gibi özellikleri içeren enerjik bir yaklaşımdır (John ve Srivastava, 1999: 121). Dışadönük bireyler daha baskın, daha aktif, daha konuşkan ve çevresindeki bireyler ile daha çabuk iletişime geçme tercihindedirler (Şimşek ve Aktaş, 2014; Judge vd., 1997). Bu bireyler, sosyal ortamlarda olmaktan keyif alan, samimi, olumlu, yüksek enerjiye sahip, atılgan olma ve karşılaştıkları durumları diğer bireylere göre daha az riskli bulma eğilimine sahiptirler (Giluk ve Postlethwaite, 2015; Roberti, 2004). Dışadönüklük derecesi düşük bireyler ise, bireysel gereksinim ve davranışlarının kontrol edilimi yüksek; sakin ve sessiz olma, mahcup davranma tercihindedirler (York ve John 1992; Friedman ve Schustack, 1999).

### **Uyumluluk**

Bireylerarası ilişkilerde önemli rolü bulunan uyumluluk boyutu, merhametten düşmanlığa kadar olan iki zıt nokta arasındaki süreç ve etkileşimin niteliğini içermektedir (Costa vd., 1991). Düşük benmerkezci birey özelliği gösteren uyumlu bireyler (Şimşek ve Aktaş, 2014); sempatik, samimi, çabuk güven duyan ve sosyal yardımlaşmaya önem veren bireylerdir (Giluk ve Postlethwaite,

2015: 61). Uyumluluk düzeyi düşük olan bireyler, diğer bireyler ile işbirliği içinde olmak yerine rakip olmayı tercih eden, güven duymayan, kötümser ve şüpheli duygulara sahip bireylerdir (Tatlılıoğlu, 2014).

### **Sorumluluk**

Normlara uyum gösteren ve planlı hareket etme tercihi bulunan (Giluk ve Postlethwaite, 2015), görevleri organize eden, hedeflerine ilişkin davranışlar sergileyen düzenli ve bireysel kontrolü yüksek bireylerin özelliklerini içeren kişilik boyutudur. Sorumluluk kişilik boyutuna sahip bireylerin baskın olan yönleri yetkinlik ve yeterlilik sahibi olma, düzenli olma, görev odaklı olma, başarı gayreti gösterme, öz-disiplin sahibi olma ve müzakere edebilmeleridir (Costa vd., 1991:889).

### **Duygusal Denge**

Duygusal denge kişilik boyutuna sahip bireyler; ruh halleri değişken ve geçici olan, düşünmeden hareket etme tercihinde olan bireylerdir ve ayrıca bu bireyler kaygı, suçluluk, güvensizlik ve kendine acıma gibi olumsuz duygusal durumlar yaşama tercihindedirler (Giluk ve Postlethwaite, 2015: 60). Duyguları aniden değişiklik gösterebilen ve duygusal sıkıntı hisseden nevrotik bireyler (Burger, 2006); daha açık sözlü, tarafsız ve dürüst olma eğilimindedirler (Rubinstein, 2005).

### **Deneyime Açıklık**

Farklılıklara meraklı olan, farklı kültür deneyimlerini ve yenilikleri kolayca benimseyen, yaratıcı ruhlu ve hayal gücü yüksek bireylerin özelliklerini yansıtmaktadır (Şimşek ve Aktaş, 2014; Barrick ve Mount, 1991). Değişime açık organizasyonlarda fonksiyonel fayda sağlamaya yönelik esneklik, entelektüel olma, yaratıcılık ve sanatsal düşünme gibi özellikler bu boyutun altında değerlendirilmektedir (Tatlılıoğlu, 2014). Deneyime açıklık aynı zamanda, bireyin edindiği ve olası bilişsel, davranışsal tecrübeleri ile sahip olduğu bakış açısı olarak da değerlendirilebilir.

Deneyime açıklık boyutu; kurgulama, estetik, duygular, eylemler, fikirler ve değerler olmak üzere altı yönü içeren ve dışadönüklük boyutu ile ortak değişkenliğe sahip; buna ek olarak heyecan arama ve yaratıcılık gibi unsurlarla anlamlı ilişkiler içeren bir yapıdadır (Aluja vd., 2003; King vd., 1996).

## **KARİYER KAVRAMI ve KARİYER DEĞERLERİ**

Bireylerin sahip oldukları maddi ve manevi çok sayıda kazanımına olanak sağlayan kariyer kavramına birçok tanımlama getirilmiştir. Kariyer, bireylerin çalıştıkları işletmelerdeki pozisyonları, yaşamları boyunca edindikleri işle

ilgili tecrübelerin tamamı (DeCenzo ve Robbins, 2007: 233); bireylerin çalışma yaşamları içinde farklı aşamalardan oluşan ve yerine getirdikleri tüm iş ile ilgili rollerin zaman içerisinde bir düzen halinde sıralanmış şeklindedir.

Greenhaus (1987) kariyer kavramını, iş ve örgüt ile ilişkili unsurlar olarak objektif; bireyin değerleri ve gereksinimlerini içeren niteliği olarak ise subjektif açıdan ele almış ve bireyin kariyer için gerekli olan bu iki nokta arasındaki denge ve dengenin değişimi ile kariyerini şekillendirdiğini savunmuştur.

Bireylerin kariyer bilinçlerinin oluşumunda ve kariyer yollarını belirlemede, doğup yetiştikleri aile ve ait oldukları sosyal çevre, inandıkları değerler, tutum ve algıları önemli birer faktör olmaktadır. Bu faktörlere ek olarak, uzun bir süreyi kapsayan karar verme ve değerlendirme süreci içerisinde gerçekleştirilen kariyer tercihlerini etkileyen bir diğer faktör, bireylerin sahip oldukları kariyer değerleridir.

Kariyer değeri, bireyin sahip olduğu yetenekleri, gereksinimleri keşfetmesi ve kendi değerlerini algılamasına göre kariyeri üzerinde yaptığı düzenleme ve şekillendirmelere dayanmaktadır. Buradan yola çıkarak, kariyer değeri bireyin kariyerinde “kendisini bulabilmesi”dir (Schein, 1990). Kariyere yön verme sürecinde ve kariyer tercihleri üzerinde sınırlandırıcı rol oynayan, parasal olmayan veya psikolojik faktörleri içeren kariyer değerleri, bireylerin kariyer tercihleri ve iş değiştirme kararları üzerinde etkisi bulunan bir kavramdır.

Bireylerin kariyer tercihlerinin ve iş tecrübelerine karşılık tepkilerinin oluşmasında, iş değiştirme nedenleri ve kariyerleri ile ilişkili aldıkları birçok karar üzerinde kariyer değerlerinin belirlenmesi önemli rol oynamaktadır (Jiang ve Klein, 1999; Crepeau vd., 1992; Mignonac ve Herrbach, 2003). Schein (2007)’e göre bireylerin kariyer değerleri, deneyimleri ile gelişen ve seçimler esnasında değişmeyen; bireyin kendi kendine algıladığı yetenekleri, temel değerleri ve bireyin kendine güveninin bütünleşmesinden doğmaktadır.

Feldman ve Bolino (1996), Schein’in ortaya attığı sekiz kariyer değerini yetenek bazlı, ihtiyaç bazlı ve değer bazlı olmak üzere üç farklı grup altında ele alarak incelemişlerdir. Yönetimsel (yetkinlik), teknik (fonksiyonel) ve girişimcilik değerlerini yetenek bazlı; güvenlik (istikrar), özerklik (bağımsızlık) ve yaşam tarzı değerlerini ihtiyaç bazlı; meydan okuma ve kendini adanma değerlerini ise, değer bazlı olarak sınıflandırmışlardır.

### **Schein’in Kariyer Değerleri**

Sınırlandırmaya ve sınıflandırmaya olanak tanıyan Schein’in, bireylerin sahip oldukları bireysel değerlerin, örgütsel deneyimlerini ve kariyer tercihlerini nasıl ve hangi araçlar aracılığı ile etkilendiği ve bireysel değerlerine uygun



olarak seçtikleri meslek gruplarını ortaya koymayı amaçlayan çalışması Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nde Sloan School of Management mezunu 44 lisansüstü öğrencisi ile derinlemesine mülakat yöntemi ile gerçekleşmiş ve çalışma, beş boyut altında sınıflanmışken (Schein, 1974) yapılan sonraki çalışmalar ile üç boyut daha eklenerek kariyer değerleri sekiz boyut şeklinde ortaya çıkmıştır (Beck ve La Lopa, 2001). Araştırmalar sonucu bulunan ilk beş kariyer değeri boyutları; özerklik (bağımsız), yönetsel (yetkinlik), girişimcilik (yaratıcılık), teknik (fonksiyonel), güvenlik (istikrar) boyutları ve sonradan eklenen üç boyut ise; yaşam tarzı, kendini adama ve meydan okumadır.

### **Özerklik (Bağımsızlık)**

Bu kariyer değerine sahip bireyler için; kısıtlayıcı, irrasyonel veya özel hayata müdahale eden işler yerine daha özerk hissedebilecekleri, mesleki dünyayı özgür şekilde gezebilecekleri (Schein, 1974; Schein, 2007), kendi çalışma programı ve çalışma hızını belirleyebilecekleri, işte daha fazla özgürlüğe sahip olabilecekleri (Danziger ve Valency, 2006) bir çalışma hayatı ve meslek seçimi önemli bir yer tutmaktadır. Bu bireylere göre, çalışma hayatında, en önde gelen gereksinimlerini, çalışma hızlarını ve çalışma alışkanlıklarını kendileri belirleyebilmelidirler (Mignonac ve Herrbach, 2003).

### **Yönetsel (Yetkinlik)**

Belirsizlik yaşanan durumlarda sorunları analiz etmek ve çözmekten heyecan duyan, ortak hedefleri gerçekleştirmek için insanları bir araya getirmekten hoşlanan, kriz durumlarında bireyleri teşvik edebilen (Feldman ve Bolino, 1996: 92), nevrotik davranışlar göstermeyen, yönetsel görevleri kullanmak isteyen, liderlik etmek isteyen ve yönetsel yetkinliklerini açığa çıkarmaktan keyif duyan bireyler için yönetsel yetkinlik kariyer değeri önemli bir faktördür. Yetkinlik kariyer değerine sahip bireyler, yönetim işlevlerini uygulayabilme yeteneğine sahip, problem çözebilen, analitik yönü kuvvetli olan ve kariyerlerinin ileriki aşamalarında kendi işlerinde çalışma tercihi bulunan bireylerdir (Lee ve Wong, 2004).

### **Girişimcilik (Yaratıcılık)**

Durağan işlerden çok kısa sürede sıkılan, farklı projeler üzerinde çalışmayı seven, mevcut işleri yönetmek yerine girişimleri başlatmaktan keyif alan (Feldman ve Bolino, 1996: 92), büyük ölçekli yaratımlar yapma ihtiyacı bulunan (Schein, 1990) ve bireysel üretim yapmak ve bireysel yaratıcılık ile motive olan bireylerdir.

### **Teknik (Fonksiyonel)**

İşin kendisi ve içeriğinden etkilenen, sadece kendi teknik veya işlevsel yetki alanlarında ilerlemeyi tercih eden, operasyonel olarak teknik yeterlilikleri uygulamaya yönelik fırsatlar üzerine yoğunlaşan, genel yönetim ve ilişkili pozisyonlarda bulunmaktan hoşlanmayan bireylerdir (Danziger ve Valency, 2006; Beck ve La Lopa, 2001). Bu kariyer değerine sahip bireylerin temel noktaları teknik alanda terfi etmek değil, yaptıkları ve yapacakları analitik çalışmalardır (Schein, 1974).

### **Güvenlik (İstikrar)**

Güvenlik kariyer değerine sahip bireyler kariyerlerini belirli organizasyonlara bağlı olarak sürdürürler (Schein, 1974). Onlar için iş güvencesi önemlidir ve organizasyona uzun vadeli bağlılık ile motive olurlar (Schein, 1990 akt. Feldman ve Bolino, 1996: 92). İş ve özel yaşamlarında istikrarı sağlamak adına çalışma hayatındaki özgürlükten özveride bulunmaktadırlar (Schein, 1974). Sağlık yardımları, emeklilik, uzun süreli istihdam, iş olanakları, öngörülebilir performans ödüllendirmeleri gibi unsurlara önem veren; iş seyahatleri ya da iş amacıyla ikamet bölgesini değiştirmek gibi durumlardan hoşlanmayan ve temel değeri gerçekleştirdiği hizmet süresini öngörebilmek olan bireylerin sahip oldukları kariyer değeri özelliklerini içermektedir (Coetsee ve Schreuder, 2011).

### **Kendini Adama**

Bu kariyer değerine sahip bireyler, kariyerlerinde ancak toplumun refahına gerçek bir katkı yapmış hissettiklerinde kendilerini başarılı hissederler (Schein, 1990 akt. Danziger ve Valency, 2006). Kendisini belirli bir hizmete adanmış bireyler sahip oldukları temel değerleri ile motive olur ve kariyer tercihlerini problemlere çözüm olmak aracılığı ile gerçekleştirirler.

Kendini adama kariyer değeri, çalıştığı organizasyondan beklentisi bireysel değerleri ile paralel şekilde örgüt ya da sosyal politikalara etki edebilmek amacıyla fırsatlar edinebilmek, edindiği refah ve katkı amaçlarına hizmet edebilmek için özerk olarak faaliyet gösterebilmek temel değerine sahip olan bireylerin özelliklerini içermektedir (Coetsee ve Schreuder, 2011).

### **Yaşam Tarzı**

Yaşam tarzı kariyer değerine sahip bireyler, iş yaşamı ve özel yaşam arasındaki dengenin sağlanması ile motive olan, iş ve kariyer gerekliliklerini yerine getirirken bireysel gereksinimleri göz ardı etmeden dengeleme yeteneği gösteren, aile dostu şirketlerde yer almayı önemseyen bireylerdir (Feldman ve Bolino, 1996: 92; Schein ve Maanen, 2016).

Esnek çalışma imkanı sunan işletmelerin bir parçası olmaktan ve bu işletmelerde uzun süreli çalışmaktan mutluluk duyan yaşam tarzı kariyer değerine sahip bireyler, kariyer ile meslek kavramlarını yaşamın içinde var olan bir alan olarak görmekte; seçim yaptıkları kariyerin gerekliliklerinden kaynaklı zorlu durumlar karşısında hayat tarzlarını değiştirmemeyi tercih etmektedirler (Mignonac ve Herrbach, 2003).

### Meydan Okuma

Meydan okuma kariyer değerine sahip bireyler, çözülemez problemleri çözmek için çabalayan, olanaksız görünen ihtimalleri gerçekleştirmeye çalışan (Schein, 1990 akt. Danziger ve Valency, 2006), güç işleri başarmayı, mücadele etmeyi ve rekabet duygusunu seven bireylerdir. İmkânsız olarak görülebilecek engelleri aşmayı ve rakiplerinden önde yer almayı temel hedef edinen, çalıştıkları organizasyondan öğrenme fırsatı ve kendilerini geliştirebilme fırsatı yakalayabilecekleri zorlu görev beklentileri bulunan bireylerdir (Coetsee ve Schreuder, 2011).

### KARİYER ve KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ İLİŞKİSİ

Hem kişilik özellikleri hem de bireylerin belirli davranışları sergiledikleri kariyer değerleri icra ettikleri ya da potansiyel meslekleri açısından birer motiv durumundadırlar. Bireylerin kendilerini ve ilgi duydukları alanları ifade etme biçimi olarak da konumlandırabildiği, kariyer tercihi ve kariyer düzenlemesi bireyin kişiliğinin bir uzantısı; sahip olduğu özelliklerin bir iş olarak ifade bulunmuş halidir (Holland 1973 akt. Sharf 2013).

Larson vd. (2002)'ne göre kişilik ve özellikleri, bireylerin meslek tercihi, iş tatmini ve kariyer geçişi gibi mesleki davranışları üzerinde etkili olmaktadır. Schein'e göre, kariyer değerleri ve çalışılan iş ile çalışma ortamı arasında uyum kurulduğunda olumlu kariyer çıktıları elde edebilecektir (akt. Feldman ve Bolino, 1996). Coetsee ve Schreuder çalışmalarında (2002), kişilik ve kariyer değerleri arasında ilişki olduğu takdirde, kişilik türlerinin belirli kariyer değerleri için öngörücü tahmin unsuru olarak değerlendirilebileceklerini savunmuşlardır.

Yapılan bir araştırmada, Schein'in kariyer değerleri ile kişilik arasında bir ilişki olduğu görülmüş ve özel kariyer değerlerinin belirli kişilik özelliklerine sahip olması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (akt. Coetsee ve Schreuder, 2002).

Barrick vd. (2003)'nin beş büyük faktör kuramı ile meslek türleri arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında, girişimcilik kariyer değeri ile kişilik boyutlarından dışadönüklük arasında ilişki olduğu sonucuna varmışlardır. Bayram vd.'nin (2012) kariyer değerlerini açıklamada kişiliğin etkisi üzerine öğ-

renciler ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında, teknik/fonksiyonel haricindeki tüm kariyer değerlerinde kişilik özelliklerinin açıklayıcılığı ile ilgili bulgulara ulaşmışlardır.

## ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu çalışmada İşletme bölümü öğrencilerinin kariyer tercihlerine göre, kariyer değeri üzerinde kişilik özelliklerinin etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Veri toplama aracı olarak anketin kullanıldığı çalışmada, anketin birinci bölümünde öğrencilerin demografik bilgilerine, ikinci bölümünde kişilik özellikleri ölçek ifadelerine ve son olarak üçüncü bölümde ise, kariyer değeri ölçek ifadelerine yer verilmiştir. Anketin doldurulması, katılımcı öğrencilerle yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Anket uygulanmadan önce katılımcı öğrencilere gerekli açıklamalar yapılmış ve sorulan sorulara yerinde cevap verilmiştir.

Anket formunda yer alan demografik sorularda öğrencilerin mezuniyet sonrası kariyer tercihlerini belirtmeleri istenmiştir. Elde edilen sonuçlardan Muhasebe, Finans, İnsan Kaynakları, Pazarlama yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin örnekleme diğer belirtilen programlara göre daha fazla sayıda olması nedeniyle, araştırmanın bu programlar yönünde tercihi olan öğrenciler üzerinde gerçekleştirilmesine karar verilmiştir. Başlangıçta elde edilen 561 öğrenciye ait veriler, kariyer tercihinin çoğunluk olarak belirten bu dört program üzerine düşünüldüğünde, araştırma analizinde 414 katılımcı öğrenci verileri kullanılmıştır.

## Hipotez Geliştirme Süreci

Araştırma amacından hareketle hipotezlerin geliştirilmesinde öncelikle literatür değerlendirmesi yapılmış, ilgili araştırma özetlerine yer verilmiştir.

Coetzee ve Schreuder (2002)'ın farklı mesleklerden 125 katılımcı ile yaptığı çalışmada kariyer değeri ile kişilik tipleri arasındaki pozitif yönlü ilişki olduğu belirlenmiştir. VanVuuren (1989) tarafından yapılan bir başka çalışmada, kariyer değerleri ve kişilik özellikleri arasında bir ilişki olduğu belirlenmiş ve belirli kariyer değerlerinin belirli kişilik özelliklerine sahip olması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Reed, Bruch ve Haase (2004) tarafından beş faktör kişilik özellikleri ve kariyer arama değişkenleri arasındaki ilişkileri kanonik korelasyon analizi ile inceledikleri çalışmada, vicdanlılık / dışadönüklük / düşük nevroitiklik kişilik özelliklerinin, öz-yeterlik / kariyer bilgisi arayışı arasında ilişki olduğu, deneyime açıklık ile kariyer bilgisi arayışı arasında ilişki olduğu ve nevroitiklik / deneyime açıklık ve kendini keşfetme arasında ilişki olduğu belirlenmiştir.

Gunkel vd. (2010) Çin (196), Almanya (210) ve ABD (149) olmak üzere toplamda üç ülkeden 555 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen beş faktör kişilik özelliklerinin kariyer kararlılığının belirleyicileri üzerindeki etkisinin incelendiği araştırmada, kişilik özelliklerinin kariyer kararlılık ve geçmişi hakkında doğrudan ve ılımlı etkilere sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, incelenen üç ülkede kişilik ve kariyer belirleyiciliğinin önceliklerinin farklı olduğu belirlenmiştir.

Bayram, Gürsakar ve Aytaç (2012) tarafından bir kamu üniversitesinden 377 katılımcı üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirilen araştırmada, kişilik özelliklerinin ve demografik değişkenlerin kariyer değeri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Korelasyon analizi sonucunda kariyer değerleri arasında yer alan teknik/fonksiyonel, girişimcilik/yaratıcılık ve kendini adama kariyer değerleri ile tüm kişilik özellikleri arasında, yönetsel yetkinlik, meydan okuyucu ve hayat tarzı kariyer değerleri ile ise duygusal tutarsızlık kişilik özelliği hariç tüm kişilik özellikleri arasında ilişki olduğu belirlenmiştir. Regresyon analizi sonucunda, beş faktör kişilik özelliklerinin teknik/fonksiyonel kariyer değerlerini açıklamada hiçbir etkiye sahip olmadığı, kendini adama ve hayat tarzı kariyer değerini açıklamada sadece sorumluluk kişilik özelliğinin anlamlı bir etkiye sahip olduğu, güvenlik/istikrar kariyer değerini açıklamada sorumluluk, uyumluluk, gelişime açıklık ve olumsuz değerlik; özerklik/bağımsızlık kariyer değerini açıklamada duygusal tutarsızlık ve gelişime açıklık; yönetsel yetkinlik ve meydan okuma kariyer değerlerini açıklamada dışadönüklük, sorumluluk, duygusal tutarsızlık ve gelişime açıklık; girişimcilik/yaratıcılık kariyer değerlerini açıklamada ise sorumluluk ve gelişime açıklık temel kişilik özelliklerinin istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Temeloğlu ve Aksu (2016)'nın turizm okuyan öğrencilere yaptıkları çalışmada, öğrencilerin sahip oldukları kişilik özelliklerinin kariyer yapma isteği üzerinde etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ahmetoğulları ve Güneş (2017) tarafından MYO öğrencilerinin kişilik özelliklerinin mesleğin geleceğine dönük bakış açılarında bir etkisinin olup olmadığını incelemek amacıyla gerçekleştirilen çalışmada kişilik özellikleri ile mesleğin geleceğine bakış açısı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir etkileşim gözlenmiştir. Ayrıca, kişilik özellikleri alt değişkenlerinden yeni yaşantılara açık olmanın kariyer yapma ve çalışma imkânları üzerinde de anlamlı ve pozitif etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürden elde edilen bu bilgiler ışığında aşağıda yer alan hipotezler oluşturulmuştur.

**H<sub>1</sub>:** Kariyer tercihlerine göre kişilik özelliklerinin girişimcilik kariyer değeri üzerinde etkisi vardır.

- H<sub>2</sub>**: Kariyer tercihlerine göre kişilik özelliklerinin bağımsızlık kariyer değeri üzerinde etkisi vardır.
- H<sub>3</sub>**: Kariyer tercihlerine göre kişilik özelliklerinin yönetsel kariyer değeri üzerinde etkisi vardır.
- H<sub>4</sub>**: Kariyer tercihlerine göre kişilik özelliklerinin teknik/fonksiyonel kariyer değeri üzerinde etkisi vardır.
- H<sub>5</sub>**: Kariyer tercihlerine göre kişilik özelliklerinin güvenlik/istikrar kariyer değeri üzerinde etkisi vardır.
- H<sub>6</sub>**: Kariyer tercihlerine göre kişilik özelliklerinin yaşam tarzı kariyer değeri üzerinde etkisi vardır.
- H<sub>7</sub>**: Kariyer tercihlerine göre kişilik özelliklerinin rekabetçilik kariyer değeri üzerinde etkisi vardır.
- H<sub>8</sub>**: Kariyer tercihlerine göre kişilik özelliklerinin saygınlık kariyer değeri üzerinde etkisi vardır.

Literatür incelendiğinde kariyer değeri üzerinde kişilik özellikleri etkisi birçok çalışmada incelenmesine rağmen, kariyer tercihinin göre katılımcılar gruplandırılarak, bu etkinin her bir kariyer tercihinin göre nasıl değiştiğinin belirlenmesine yönelik çalışmaların olmadığı görülmüştür. Bu açıdan değerlendirildiğinde, çalışmanın farklı kariyer tercihi olan öğrencilere göre kariyer değerleri üzerinde kişilik özellikleri etkisini karşılaştırma imkânı sunması, firmalar için işe alım süreçlerinde iş pozisyonlarına göre kişilik gereksinimlerinin neler olabileceğinin belirlenmesi hususlarında önemli olacağı düşünülmektedir. Ayrıca, kariyer tercihi yönünde kararsız olan öğrenciler için farklı programlara yönelik kariyer tercihinin, hangi kişilik özelliğinin hangi kariyer değeri üzerinde etkili olabileceğini görmesi ve kendi kişilik özelliklerini düşünerek kariyer değerlerinin neleri gerektirdiği konusunda yardımcı olacağı, kararlarında yön vereceği düşünülmektedir.

### Örnekleme Süreci

Araştırmanın evrenini İstanbul'daki bir devlet üniversitesi bünyesinde öğrenim gören İşletme Bölümü lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Evrende yer alan her katılımcıya ulaşmak mümkün olmadığından ulaşılması muhtemel olan ve ulaşılabilecek katılımcılara ulaşmada kolaylık sağlayan kolayda örnekleme tercih edilmiştir. Bu tür örnekleme, araştırmacının saptanan örneklem büyüklüğüne göre herhangi bir şekilde evrenin bir parçasını seçmesidir. Herhangi bir fakülteye gidip saptanacak sayıda rastlanan öğrenciyi örnekleme alma kolayda örneklemedir (Arlı ve Nazik, 2001: 75). Bu nedenle üniversite fakültelerine gidilmiş ve öğrencilere ilk olarak hangi bölüm öğrencisi oldukları



sorulmuş, İşletme bölümü öğrencilerine anket formu yöneltilmiştir.

Araştırmanın uygulanacağı örneklemin büyüklüğünün belirlenmesinde zaman veya maliyet gibi kısıtlar olmakla birlikte, araştırmacılara kolaylık sağlaması bakımından bazı formüller geliştirilmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 49-50).

Yazıcıoğlu ve Erdoğan, (2004) tarafından farklı evren sayıları ve örnekleme hatalarına göre araştırmanın uygulanması gereken örneklem büyüklüğü hesaplamalarında,  $p=0,05$  anlam düzeyinde  $a=0,05$  örnekleme hatasıyla ölçülen hesaplarda evrenin 5.000 olduğu durumlar için örnekleme dâhil edilecek yeterli katılımcı sayısınının 357 olacağı hesaplanmıştır. Araştırmanın evreni olarak belirlenen İstanbul'daki devlet üniversitesi İşletme bölümü öğrenci sayısının Yök Lisans Atlası ([www.yokatlas.yok.gov.tr](http://www.yokatlas.yok.gov.tr)) verilerine göre 4170 olduğu sonucuna ulaşıldığında, araştırmada elde edilen 414 katılımcının örneklem büyüklüğü için uygun olduğu belirlenmiştir. Başlangıçta elde edilen verilerden 24 öğrencinin anket formunda eksik cevaplar vermesi nedeniyle bu veriler araştırmaya dâhil edilmemiştir.

### Kullanılan Ölçekler

Araştırmada, Costa ve McCrae (1985) tarafından geliştirilen “Beş Büyük Faktör Kuramı” kapsamında; John, Donahue ve Kentle (1991) tarafından geliştirilen ölçek, Beş Faktör Kişilik Ölçeği (BFI)(Big Five Inventory) kullanılmıştır. Geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarını yapıp Türkçe’ye uyarlayan Şükran Gülin Evinç’tir. (akt. Süren, 2015:97). Ölçek, bireylerin kişilik boyutlarını ölçümlemeyi amaçlamakta; 44 soru ve beş boyuttan oluşmaktadır ve anket formunda ise beşli Likert tipi ölçek (1:Kesinlikle katılmıyorum 5: Kesinlikle katılıyorum) aracılığı ile ölçümlenmiştir. Ölçeğe ait 5 boyut; dışadönüklük, uyumluluk, deneyime açıklık, duygusal denge ve sorumluluk boyutlarıdır.

Bir diğer ölçek olarak; Edgar Schein’in ortaya attığı sekiz boyuttan oluşan ve Jansen ve Chandler (1990) tarafından geliştirilen, Aktaş (2004) tarafından Türkçe’ye uyarlanan “Kariyer Değerleri Ölçeği” kullanılmıştır (akt. Bayram vd., 2012: 183). Kariyer değerlerini ölçümlemeyi amaçlayan; 16 soru ve özerklik (bağımsızlık), yönetsel (yetkinlik), girişimcilik (yaratıcılık), teknik (fonksiyonel), güvenlik (istikrar), yaşam tarzı, kendini adama ve meydan okuma olmak üzere 8 boyuttan oluşan ölçek, ankette 5’li Likert tipi ölçek (1:Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum) aracılığı ile ölçümlenmiştir.

### Veri Analizi

Elde edilen verilerin analizinde SPSS 22 istatistik paket programı kullanılmıştır. Analizde araştırmanın amacına yönelik olarak demografik bulgular için frekans analizi; regresyon analizi uygulamasının varsayımı olan verilerin nor-



mal dağılıma uygunluğunun belirlenmesi için Kolmogorov-Smirnov testi; ölçek faktör yapılarının belirlenmesi için faktör analizi; oluşan faktör yapılarının güvenilirliği için güvenilirlik testi; kariyer değerleri üzerinde kariyer tercihlerine göre kişilik özelliklerinin etkisinin belirlenmesi için regresyon analizi uygulanmıştır. Araştırmada kariyer tercihi çoğunluk olarak belirtilen Muhasebe, Finans, İnsan Kaynakları ve Pazarlama programları öğrencilerine göre kariyer değerlerinin kişilik özellikleri üzerindeki etkisi ile ilgilenildiği için analizler her grup için ayrı ayrı yapılmıştır. Çoklu regresyon modellerinin kullanıldığı analizlerde, her bir kariyer değeri alt boyutu bağımlı değişken olarak ele alınmış, beş büyük faktör kişilik özellikleri bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Öğrenciler kariyer tercihlerine göre değerlendirildiğinde Tablo 1, pazarlama yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin %20, finans yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin %19,4, muhasebe yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin %17,5, insan kaynakları yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin %16,9 oranında ve yakın oranlarla çoğunluk olarak örnekleme yer aldığı belirlenmiştir. Kariyer tercihi daha az oranlarda dağılan öğrenci sayıları incelendiğinde, Üretim yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin %9,4; IT (Bilgi Teknolojileri) yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin %9,1 ve son olarak Ar-Ge yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin %7,7 oranında örnekleme yer aldığı görülmektedir. Öncesinde de belirtildiği gibi kariyer tercihi çoğunluk olarak belirtilen muhasebe, finans, insan kaynakları ve pazarlama programları yönünde olan öğrenci örnekleme ile çalışmanın analizi bu yönde yürütülmüştür.

**Tablo 1:** Öğrencilerin Kariyer Tercihlerine Göre Dağılımı

Kariyer Tercihi	Sıklık	Yüzde
Muhasebe	98	17,5
Finans	109	19,4
Ar-Ge	43	7,7
İK	95	16,9
Pazarlama	112	20,0
Üretim	53	9,4
IT	51	9,1
Toplam	561	100,0

### Demografik Bulguların Dağılımı

En fazla tercih edilen kariyerler açısından, öğrencilerin demografik bulgularının dağılımı Tablo 2'de yer almaktadır. Cinsiyete göre değerlendirildiğinde, Muhasebe yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin büyük çoğunluğunun kadın olduğu, Finans yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin ise, çoğunluk olarak erkek öğrencilerden oluştuğu, İnsan Kaynakları yönünde kariyer

tercihi olan öğrencilerin yakın oranlarla olmakla birlikte, çok az farkla erkek katılımcıların biraz daha fazla sayıda yer aldığı, Pazarlama yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin de İnsan Kaynakları yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerinkine benzer oranlarda dağıldığı görülmektedir.

Öğrenciler okumakta oldukları sınıflarına göre değerlendirildiğinde, Muhasebe yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin yarısına yakınının 3. sınıf olduğu, Finans yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin yakın oranlarla olmakla birlikte %33'ünün 2.sınıf, %26,6'sının 4. sınıf ve eşit oranlarla %20,2'sinin 1. ve 3. sınıf öğrencilerden oluştuğu görülmektedir. İnsan kaynakları yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin %36,8'inin 3. sınıf, %28,4'ünün 1. sınıf, %23,2'sinin 1. sınıf ve %11,6 ile son olarak 4. sınıf oldukları belirlenmiştir. Pazarlama yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin %39,3 ile çoğunluk olarak 3. sınıf oldukları, %32,1'inin 2. sınıf, %17,9'unun 1. sınıf ve %10,7'sinin ise 4. sınıf oldukları belirlenmiştir.

Anket formundaki son demografik değişken olan yaşa göre katılımcılar değerlendirildiğinde, Muhasebe yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin, yarıya yakınının 24-26 yaş aralığında olduğu, sonrasında yakın oranla 21-23 yaş aralığı öğrencilerin olduğu görülmektedir. Finans yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin %56,9 oranla yarısından fazlasının 21-23 yaş aralığında olduğu, sonrasında %39,4 oranla 18-20 yaş aralığı öğrencilerin olduğu görülmektedir. İnsan kaynakları yönünde kariyer tercihi olan öğrenciler incelendiğinde, Finans yönünde kariyer tercihi olan öğrencilere benzer olarak öğrencilerin %65,3 oranla yarısından fazlasının, büyük çoğunlukla 21-23 yaş aralığında öğrencilerden oluştuğu, Pazarlama yönünde kariyer tercihi olan öğrenciler için de %59,8 oranla büyük çoğunluğun yine 21-23 yaş aralığı öğrencilerden oluştuğu görülmektedir.

**Tablo 2: Kariyer Tercihine Göre Öğrencilerin Demografik Bulgularının Dağılımı**

Kariyer Tercihi	Sıklık	Yüzde	Kariyer Tercihi	Sıklık	Yüzde
Muhasebe	Erkek	22	Muhasebe	2.sınıf	34,7
	Kadın	76		3.sınıf	48,0
	Toplam	98		4.sınıf	17,3
Finans	Erkek	70	Finans	Toplam	98
	Kadın	39		1.sınıf	22
	Toplam	109		2.sınıf	36
İnsan Kaynakları	Erkek	53	İnsan Kaynakları	3.sınıf	22
	Kadın	42		4.sınıf	29
	Toplam	95		Toplam	109
Pazarlama	Erkek	58	İnsan Kaynakları	1.sınıf	27
	Kadın	54		2.sınıf	22
	Toplam	112		3.sınıf	35
Kariyer Tercihi	Sıklık	Yüzde	4.sınıf	11	11,6
Muhasebe	18-20	9	Pazarlama	Toplam	95
	21-23	43		1.sınıf	20
	24-26	46		2.sınıf	36
	Toplam	98		3.sınıf	44
	18-20	43		4.sınıf	12
Finans	21-23	62	Pazarlama	Toplam	112
	24-26	4		10,7	
	Toplam	109		100,0	
	18-20	29		30,5	
İnsan Kaynakları	21-23	62	65,3		
	24-26	4	4,2		
	Toplam	95	100,0		
	18-20	38	33,9		
Pazarlama	21-23	67	59,8		
	24-26	7	6,3		
	Toplam	112	100,0		

### Faktör Analizi ve Güvenilirlik Testi Sonuçları

Kullanılan ölçeklerin faktör yapılarının çalışmadaki örnekleme nasıl oluştuğunun belirlenmesi amacıyla yapılan faktör analizinde, ölçek ifadesi faktör yükü 0,40'ın altında olan ve iki boyut arası faktör yükü farkı 0,10'dan az olan

ölçek ifadeleri analizden çıkarılmaktadır. Faktör analizinde elde edilen anti image korelasyon matrisindeki değerlerin de 0,40'dan az olması, o ifadenin analizden çıkarılması gerektiğini belirtmektedir (Johnson ve Wichern, 2002: 50). Faktör analizinde diğer bir dikkat edilmesi gereken nokta ise örneklem yeterliliği ölçütü olan KMO testidir. KMO test değerinin 0,60'dan büyük çıkması örneklem yeterliliğinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Akgül, 1997: 581). Bartlett küresellik testi ise ölçek faktör boyutları arasında korelasyonun olup olmamasına göre analizde faktör analizi kullanımının uygunluğunu test etmektedir. Bartlett testi istatistiksel anlam düzeyi p değerinin 0,05'ten küçük çıkması faktör boyutları arasında ilişki olduğunu göstermekte ve analizde faktör analizi kullanımının uygun olduğunu göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 1996: 674). Faktör analizinde önemli bir başka değer ise varyans açıklama oranıdır. Bu değer, ölçekteki alt boyutların ölçeği ifade etmede ne kadar açıklayıcı ve belirleyici olduğunu ifade etmektedir. Çalışmada yer alan her iki ölçek için faktör analizi yapılırken, elde edilmek istenen faktör boyutu sayısı, ölçeklerin orijinal hallerindeki boyut sayıları olarak girilmiştir. Bu kapsamda faktör analizinde kariyer ölçeği için ölçeğin orijinal halindeki gibi sekiz, beş faktör kişilik ölçeği için ise beş faktör kısıtı konularak faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizi sonucu elde edilen faktörlerin güvenilirliğinin belirlenmesinde güvenilirlik testi Cronbach Alpha değeri kullanılmaktadır. Cronbach's Alpha değerinin 0,70 ve üstü olduğu durumlarda ölçeğin boyutunun güvenilir olduğu kabul edilirken, soru sayısı az olan ölçek boyutlarında bu değer 0,60 ve üzeri olarak kabul edilmektedir (Durmuş vd., 2013:89). Kariyer değeri ve beş faktör kişilik ölçekleri için yapılan faktör analizi ile güvenilirliğin belirlenmesi için yapılan güvenilirlik testi Cronbach alpha test sonuçları her iki ölçek boyutları için aşağıda ayrı ayrı verilmiştir.

Tablo 3'teki kariyer değeri ölçeği için yapılan faktör analizi sonuçları incelendiğinde, KMO test değerinin 0,60'dan yüksek elde edilmesi, örneklem sayısının faktör analizi uygulanması için uygun olduğunu, Bartlett testi p değerinin 0,05'ten küçük çıkması verilere faktör analizi uygulanmasının doğru olduğunu göstermektedir. Oluşan faktör boyutlarının ölçeğin orijinal hallerindeki gibi elde edildiği, faktör yükü 0,40'ın altında ölçek ifadesine rastlanmadığı, ölçek ifadelerinin her iki faktör boyutu arası faktör yükleri farkının 0,10'dan az olmadığı belirlenmiştir. Bu nedenle analizde ölçek ifadelerinden çıkarma yapılmamıştır. Anti image korelasyon matrisi sonuçları değerlendirildiğinde ise, korelasyon değeri 0,40'dan az olan ifadeler rastlanmamıştır. Kariyer değerini açıklamada oluşan ölçek alt boyutlarından girişimciliğin %13,10; bağımsızlığın %12,68; yönetsel kariyer değerinin %10,69; teknik kariyer değerinin %9,89; güvenliğin %9,45; yaşam tarzının %8,96; rekabetçiliğin %8,01 ve saygınlığın da %7,26 oranında etkili olduğu belirlenmiştir. Bu sekiz alt boyutun

kariyer değerini açıklamadaki etkisine bakıldığında toplam varyans açıklama oranının %80,05 olduğu görülmektedir. Oluşan faktör boyutlarının Cronbach alpha değerlerine bakıldığında, tüm boyutların güvenilirlik değerinin 0,70'in üzerinde olması güvenilirliğin sağlandığını göstermektedir.

**Tablo 3:** Kariyer Değeri Ölçeği Faktör Analizi ve Güvenilirlik Testi Sonuçları

Faktör İsmi	Ölçek İfadeleri	Faktör Yükleri	Cronbach alpha	Açıklanan Varyans
Girişimcilik	1,6	0,581, 0,542,	0,821	% 13,10
Bağımsızlık	2,9	0,653, 0,544	0,783	% 12,68
Yönetimsel	3,16	0,612, 0,524	0,754	% 10,69
Teknik/Fonksiyonel	4,11	0,546, 0,578	0,813	% 9,89
Güvenlik/İstikrar	5,13	0,556, 0,441	0,742	%9,45
Yaşam Tarzı	7,15	0,743, 0,651	0,713	%8,96
Rekabetçilik	8,14	0,812, 0,413	0,807	%8,01
Saygınlık	10,12	0,652, 0,671	0,774	%7,26
			Toplam Açıklanan Varyans	% 80,05
Kaiser Meyer Olkin Örneklem Yeterliliği Test Değeri				,654
Bartlett Küresellik Testi			Ki Kare	2776,511
			Ser.Der	120
			P.	,000

Tablo 4'teki beş faktör kişilik ölçeği için yapılan faktör analizi sonuçları incelendiğinde, KMO test değerinin 0,60'dan yüksek elde edilmesi, örneklem sayısının faktör analizi uygulanması için uygun olduğunu, Bartlett testi p değerinin 0,05'ten küçük çıkması verilere faktör analizi uygulanmasının doğru olduğunu göstermektedir. Beş faktör kişilik ölçeği için faktör analizi sonucunda anti image korelasyon değerleri 0,40'ın altında olan ölçek ifadesine rastlanmazken, faktör yükü 0,40'ın altında olan 13, 20, 34, 43 numaralı dört ölçek ifadesi ve boyutlar arası faktör yükleri farkı 0,10'dan az olan 3, 14, 25, 26, 28 numaralı 5 ölçek ifadesi analizden çıkarılmıştır. Faktör boyutları kalan ifadeler üzerinden oluşturulmuştur. Görüldüğü gibi kalan diğer ifadelerin faktör yükleri 0,40'ın üzerinde elde edilmiştir. Varyans açıklama oranlarına bakıldığında, beş faktör kişilik özelliklerini açıklamada dışa dönüklüğün %12,10; uyumluluğun %11,99; sorumluluğun %11,62; duygusal dengenin %6,79; deneyime açıklığın %6,69 oranında etkili olduğu, tüm boyutların kişilik özelliklerini açıklama toplam varyans açıklama oranının %49,19 olarak elde edildiği belirlenmiştir. Oluşan ölçek alt boyutlarının güvenilirliğine bakıldığında, tüm ölçek alt bo-

yutlarının Cronbach alpha güvenilirlik değerlerinin 0,70'den yüksek çıkması güvenilirliğin sağlandığını göstermektedir.

**Tablo 4:** Beş Faktör Kişilik Ölçeği Faktör Analizi ve Güvenilirlik Testi Sonuçları

Faktör İsmi	Ölçek İfadeleri	Faktör Yükleri	Cronbach alpha	Açıklanan Varyans
Dışadönük	1, 6, 11, 16, 21, 31, 36	0,759, 0,688, 0,449, 0,507, 0,538, 0,528, 0,660	0,758	% 12,10
Uyumluluk	2, 7, 12, 17, 22, 27, 32, 37, 42	0,620, 0,539, 0,669, 0,433, 0,454, 0,627, 0,615, 0,737, 0,671	0,833	% 11,99
Sorumluluk	8, 18, 23, 33, 38	0,520, 0,704, 0,631, 0,624, 0,552	0,747	% 11,62
Duygusal Denge	4, 9, 19, 24, 29, 39	0,609, 0,543, 0,416, 0,642, 0,641, 0,671	0,793	% 6,79
Deneyime Açıklık	5, 10, 15, 30, 35, 40, 41, 44	0,578, 0,550, 0,627, 0,651, 0,528, 0,582, 0,468, 0,622	0,801	%6,69
Toplam Açıklanan Varyans				% 49,19
Kaiser Meyer Olkin Örneklem Yeterliliği Test Değeri				,728
Bartlett Küresellik Testi				15890,74
				Ki Kare
				Ser.Der
				P.
				,000

Katılımcı öğrencilerin kariyer tercihlerine göre kariyer değerleri ve kişilik özellikleri ortalama düzeylerini gösteren Tablo 5 incelendiğinde, Muhasebe yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin kariyer değerlerinden güvenlik (istikrar) kariyer değerinin (Ort=4,35, ss=±0,65), kişilik özelliklerinden uyumluluğun (Ort=3,84, ss=±0,40); Finans yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin teknik kariyer değerinin (Ort=4,26, ss=±0,61), kişilik özelliklerinden dışa dönüklüğün (Ort=3,65, ss=±0,66); İnsan Kaynakları yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin yönetsel kariyer değerinin (Ort=4,41, ss=±0,55), kişilik özelliklerinden uyumluluğun (Ort=3,79, ss=±0,40); Pazarlama yönünde kariyer tercihi olan öğrencilerin yaşam tarzı değerinin (Ort=4,07, ss=±0,85), kişilik özelliklerinden deneyime açıklığın (Ort=3,83, ss=±0,55) en fazla düzeyde görüldüğü belirlenmiştir.

**Tablo 5: Kariyer Tercihlerine Göre Kariyer Değeri ve Kişilik Özellikleri Ortalamaları**

Muhasebe	Ort.	Std. Sapma	Finans	Ort.	Std. Sapma
Girişimcilik	3,73	0,76	Girişimcilik	4,04	0,42
Bağımsızlık	3,93	0,69	Bağımsızlık	3,81	0,67
Yönetimsel	3,84	0,82	Yönetimsel	3,44	0,71
Teknik Fonksiyonel	3,75	0,76	Teknik Fonksiyonel	4,26	0,61
Güvenlik (İstikrar)	4,35	0,65	Güvenlik (İstikrar)	3,54	0,79
Yaşam Tarzı	4,16	0,61	Yaşam Tarzı	4,13	0,61
Rekabetçilik	3,53	0,96	Rekabetçilik	3,76	0,62
Saygınlık	3,60	1,04	Saygınlık	3,55	0,71
Dışadönük	3,64	0,53	Dışadönük	3,65	0,66
Uyumluluk	3,84	0,40	Uyumluluk	3,61	0,51
Sorumluluk	2,90	0,63	Sorumluluk	3,24	0,74
Duygusal Denge	3,18	0,38	Duygusal Denge	3,36	0,67
Deneyime Açıklık	3,54	0,46	Deneyime Açıklık	3,57	0,59
İnsan Kaynakları	Ort.	Std. Sapma	Pazarlama	Ort.	Std. Sapma
Girişimcilik	3,84	0,69	Girişimcilik	3,75	0,85
Bağımsızlık	3,97	0,62	Bağımsızlık	3,78	0,73
Yönetimsel	4,41	0,55	Yönetimsel	3,99	0,88
Teknik Fonksiyonel	3,64	0,67	Teknik Fonksiyonel	3,48	0,62
Güvenlik (İstikrar)	3,97	0,71	Güvenlik (İstikrar)	3,39	0,92
Yaşam Tarzı	4,14	0,70	Yaşam Tarzı	4,07	0,85
Rekabetçilik	3,91	0,63	Rekabetçilik	3,81	0,94
Saygınlık	3,83	0,72	Saygınlık	3,72	0,93
Dışadönük	3,49	0,65	Dışadönük	3,72	0,76
Uyumluluk	3,79	0,40	Uyumluluk	3,60	0,66
Sorumluluk	3,03	0,55	Sorumluluk	3,05	0,64
Duygusal Denge	3,26	0,59	Duygusal Denge	3,10	0,59
Deneyime Açıklık	3,52	0,61	Deneyime Açıklık	3,83	0,55

### Regresyon Analizi

Regresyon analizi, bir değişkenin başka bir değişken üzerindeki etkisi araştırıldığı çalışmalarda kullanılmaktadır. Bir değişkenin başka bir değişkeni etkilediği ifade edilen regresyon modeli basit regresyon modeli iken; birden çok değişkenin bağımlı bir değişkeni etkilediğini ifade eden modeller çoklu regresyon modelleridir. Regresyon modellerinde, etkilenen değişken bağımlı değişken, etkileyen değişken ise bağımsız değişken olarak adlandırılmaktadır. Çalışmada, kariyer değeri boyutları ayrı ayrı ele alınarak, her bir boyut bağım-



lı bir değişken olarak, başka bir ifadeyle kişilik özellikleri tarafından etkilenen değişken olarak ele alınırken, beş faktör kişilik özellikleri kariyer değerini etkileyen beş boyut olarak modelde yer aldığı için çoklu regresyon modelleri oluşturulmuştur.

Regresyon analizinde öncelikle oluşturulan modelin anlamlılığına bakılmaktadır. Analiz sonucu elde edilen Anova testi p değerinin 0,05'ten küçük çıkması oluşturulan regresyon modelinin anlamlı olduğunu gösterirken, yine tablodaki değerlerden  $R^2$  değeri, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki değişimlerin ne kadarını açıkladığını, standart beta katsayıları ise p 0,05'ten küçük olmak şartıyla, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etki derecesini göstermektedir (Büyüköztürk vd., 2013:121-123). Belirtilen her bir kariyer tercihi için ayrı ayrı sekiz kariyer değeri boyutları üzerinde kişilik özelliklerinin etkisini belirten regresyon analizi sonuçları aşağıda tablolarda gösterildiği gibi elde edilmiştir.

Tablo 6'da kariyer tercihlerine göre girişimcilik kariyer değeri üzerinde kişilik özelliklerinin etkisinin belirlenmesine yönelik oluşturulan regresyon modellerinde, her bir kariyer tercihine göre oluşturulan modellerde tüm Anova testi p değerlerinin 0,01'den küçük çıkması modellerin anlamlı olduğunu göstermektedir. Muhasebe yönünde kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin girişimcilik kariyer değerini açıklamada %55 oranında etkili olduğu, her bir kişilik özelliğinin girişimcilik kariyer değeri üzerindeki etkisini gösteren standart beta katsayılarına bakıldığında ise p 0,01 ve 0,05 düzeyinde anlamlı olan değişkenlerden dışa dönüklüğün %22,1 oranında, negatif yönde, uyumluluğun %56,6 oranında, pozitif yönde, sorumluluğun %42,3 oranında, pozitif yönde girişimcilik kariyer değeri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Finans yönünde kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin girişimcilik kariyer değerini açıklamada %48,3 oranında etkili olduğu, dışa dönüklüğün %28,6 oranında, negatif yönde, sorumluluğun %24,3 oranında, pozitif yönde, duygusal dengenin %47 oranında, negatif yönde, deneyime açıklığın %36,1 oranında, pozitif yönde girişimcilik kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir. İnsan kaynakları yönünde kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin girişimcilik kariyer değerini açıklamada %16 oranında etkili olduğu, kişilik özelliklerinden sadece deneyime açıklığın %40 oranında, pozitif yönde girişimcilik kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir. Pazarlama yönünde kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin girişimcilik kariyer değerini açıklamada %38,6 oranında etkili olduğu, uyumluluk kişilik özelliğinin %38,6 oranında, pozitif, deneyime açıklık kişilik özelliğinin %31,2 oranında, pozitif yönde girişimcilik kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.  $H_1$  hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

**Tablo 6:** Kariyer Tercihlerine Göre Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Kariyer Değeri Üzerindeki Etkisi

Kariyer Tercihi		Standart Beta Katsayısı	t	P.	
Muhasebe	(Sabit)		-1,037	,302	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	-,221	-2,855	,005*	,550
	Uyumluluk	,566	7,325	,000*	F
	Sorumluluk	,423	4,445	,000*	24,666
	Duygusal Denge	,058	,786	,434	P.
	Deneyime Açıklık	-,027	-,323	,748	,000*
Finans	(Sabit)		10,788	,000	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	-,286	-2,177	,032**	,483
	Uyumluluk	,039	,351	,726	F
	Sorumluluk	,243	2,076	,040**	21,151
	Duygusal Denge	-,470	-5,191	,000*	P.
	Deneyime Açıklık	,361	3,003	,003*	,000*
İnsan Kaynakları	(Sabit)		2,410	,018**	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	-,060	-,516	,607	,160
	Uyumluluk	,118	1,065	,290	F
	Sorumluluk	-,015	-,125	,901	4,592
	Duygusal Denge	-,166	-1,479	,143	P.
	Deneyime Açıklık	,400	3,714	,000*	,001*
Pazarlama	(Sabit)		,059	,953	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	,066	,645	,520	,386
	Uyumluluk	,386	4,692	,000*	F
	Sorumluluk	,052	,597	,552	14,951
	Duygusal Denge	-,086	-,989	,325	P.
	Deneyime Açıklık	,312	2,888	,005*	,000*

\*p<0,01 anlamlı, \*\*p<0,05 anlamlı

Tablo 7'de bağımsızlık kariyer değeri üzerinde kişilik özelliklerinin etkisinin belirlenmesine yönelik oluşturulan regresyon modellerinde, her bir kariyer tercihinin göre oluşturulan modellerde, Muhasebe, Finans ve Pazarlama yönünde kariyer tercihi olan öğrenciler için Anova testi p değerlerinin 0,01'den küçük çıkması modellerin anlamlı olduğunu göstermektedir. İnsan kaynakları yönünde kariyer tercihi olan öğrenciler için Anova testi p değerinin (p=0,319) 0,05'ten büyük çıkması modelin anlamlı olmadığını göstermektedir. Bu nedenle İnsan kaynakları kariyer tercihi öğrenciler için kişilik özelliklerinin bağımsızlık kariyer değeri üzerinde etkisi belirlenmemiştir. Muhasebe yönünde kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin bağımsızlık kariyer değerini açıklamada %7 oranında etkili olduğu, kişilik özelliklerinden sorum-

luluğun %40,7 oranında pozitif yönde; deneyime açıklığın %34,8 oranında negatif yönde bağımsızlık kariyer değeri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Finans yönünde kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin bağımsızlık kariyer değerini açıklamada %14,1 oranında etkili olduğu, kişilik özelliklerinden sadece deneyime açıklığın %23,6 oranında negatif yönde bağımsızlık kariyer değeri üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Pazarlama yönünde kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin bağımsızlık kariyer değerini açıklamada %11,8 oranında etkili olduğu, kişilik özelliklerinden yine Finans kariyer tercihi olan öğrencilerde olduğu gibi sadece deneyime açıklığın 36,8 oranında fakat pozitif yönde bağımsızlık kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.  $H_2$  hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

**Tablo 7:** Kariyer Tercihlerine Göre Kişilik Özelliklerinin Bağımsızlık Kariyer Değeri Üzerindeki Etkisi

Kariyer Tercihi	Standart Beta Katsayısı	t	P.	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
Muhasebe	(Sabit)	3,826	,000	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	,094	,852	,396
	Uyumluluk	-,131	-1,188	,238
	Sorumluluk	,407	2,992	,004*
	Duygusal Denge	,138	1,321	,190
Finans	(Sabit)	1,530	,129	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	,043	,253	,801
	Uyumluluk	,179	1,239	,218
	Sorumluluk	,091	,606	,546
	Duygusal Denge	,110	,945	,347
İnsan Kaynakları	(Sabit)	5,794	,000	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	-,031	-,247	,805
	Uyumluluk	-,179	-1,479	,143
	Sorumluluk	,124	,925	,357
	Duygusal Denge	-,124	-1,016	,312
Pazarlama	(Sabit)	3,338	,001	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	-,069	-,561	,576
	Uyumluluk	,108	1,099	,274
	Sorumluluk	,026	,244	,808
	Duygusal Denge	-,153	-1,470	,145
	Denyime Açıklık	,368	2,840	,005*

\*p<0,01 anlamlı, \*\*p<0,05 anlamlı

Yönetimsel kariyer değeri üzerinde kariyer tercihlerine göre kişilik özellikleri etkisini gösteren Tablo 8 incelendiğinde, bağımsızlık kariyer değerinde olduğu gibi İnsan kaynakları yönünde tercihi olan öğrenciler için regresyon modeli p değerinin 0,05'ten büyük çıkması nedeniyle anlamlı bulunmamıştır. Diğer kariyer tercihlerine göre Anova testi p değerlerinin 0,01 veya 0,05'ten küçük çıkması oluşturulan modellerin anlamlı olduğunu göstermektedir. Muhasebe kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin yönetimsel kariyer değerini açıklamada %63 oranında etkili olduğu; kişilik özelliklerinden dışa dönüklüğün %21,8 oranında negatif yönde; sorumluluğun %94 oranında pozitif yönde yönetimsel kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir. Finans kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin yönetimsel kariyer değerini açıklamada %19,5 oranında etkili olduğu, kişilik özelliklerinden sadece dışa dönüklüğün %29,6 oranında pozitif yönde yönetimsel kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir. Pazarlama kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin yönetimsel kariyer değerini açıklamada %39,9 oranında etkili olduğu, dışa dönüklüğün %24,8 oranında pozitif yönde; uyumluluğun %18,4 yönünde pozitif yönde; deneyime açıklığın %36,4 oranında pozitif yönde yönetimsel kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir.  $H_3$  hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

**Tablo 8:** Kariyer Tercihlerine Göre Kişilik Özelliklerinin Yönetimsel Kariyer Değeri Üzerindeki Etkisi

Kariyer Tercihi	Standart Beta Katsayısı	t	P.		
Muhasebe	(Sabit)	4,098	,000	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
	Dışadönük	-,218	-3,111	,002*	,630
	Uyumluluk	-,058	-,823	,412	F
	Sorumluluk	,945	10,958	,000*	34,013
	Duygusal Denge	-,060	-,906	,368	P.
	Deneyime Açıklık	-,147	-1,955	,054	,000*
Finans	(Sabit)	5,004	,000	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
	Dışadönük	,296	1,806	,044**	,195
	Uyumluluk	-,165	-1,180	,241	F
	Sorumluluk	,221	1,511	,134	6,244
	Duygusal Denge	-,112	-,994	,322	P.
	Deneyime Açıklık	,055	,364	,717	,000*
İnsan Kaynakları	(Sabit)	2,903	,005	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
	Dışadönük	,088	,702	,484	,012
	Uyumluluk	-,081	-,672	,503	F
	Sorumluluk	,040	,300	,765	1,225
	Duygusal Denge	,137	1,129	,262	P.
	Deneyime Açıklık	,178	1,520	,132	,304
Pazarlama	(Sabit)	-791	,431	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
	Dışadönük	,248	2,442	,016**	,399
	Uyumluluk	,184	2,258	,026**	F
	Sorumluluk	,008	,095	,925	15,709
	Duygusal Denge	,068	,793	,429	P.
	Deneyime Açıklık	,364	3,400	,001*	,000*

\*p&lt;0,01 anlamlı, \*\*p&lt;0,05 anlamlı

Teknik/Fonksiyonel kariyer değeri üzerinde kişilik özelliklerinin etkisini gösteren Tablo 9 incelendiğinde, her bir kariyer tercihinin göre oluşturulan modellerde tüm Anova testi p değerlerinin 0,01'den küçük çıkması modellerin anlamlı olduğunu göstermektedir. Muhasebe kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin teknik kariyer değerini açıklamada %50,3 oranında etkili olduğu; dışa dönüklüğün %32,1 oranında pozitif yönde; uyumluluğun %71,5 oranında negatif yönde; duygusal dengenin %22,9 oranında negatif yönde teknik kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Finans yönünde kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin teknik kariyer değerini açıklamada %29,9 oranında etkili olduğu; uyumluluğun %35,3 ora-

nında negatif yönde; sorumluluğun %49,5 oranında pozitif yönde; deneyime açıklığın %40,7 oranında pozitif yönde teknik kariyer değeri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İnsan kaynakları kariyer tercihi olan öğrenciler için, kişilik özelliklerinin teknik kariyer değerini açıklamada %12,5 oranında etkili olduğu; duygusal dengenin %27,1 oranında pozitif yönde; deneyime açıklığın %34,7 oranında pozitif yönde etkisi olduğu görülmüştür. Pazarlama kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin teknik kariyer değerini açıklamada %19,1 oranında etkili olduğu; kişilik özelliklerinden sadece deneyime açıklığın %24,5 oranında pozitif yönde teknik kariyer değeri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.  $H_4$  hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

**Tablo 9:** Kariyer Tercihlerine Göre Kişilik Özelliklerinin Teknik/Fonksiyonel Kariyer Değeri Üzerindeki Etkisi

Kariyer Tercihi	Standart Beta Katsayısı	t	P.	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
Muhasebe	(Sabit)	9,520	,000	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
	Dışadönük	,321	3,960	,000*	
	Uyumluluk	-,715	-8,815	,000*	F
	Sorumluluk	-,024	-,242	,809	20,662
	Duygusal Denge	-,229	-2,975	,004*	P.
	Deneyime Açıklık	,087	,999	,320	,000*
Finans	(Sabit)	2,609	,010	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
	Dışadönük	-,036	-,232	,817	,299
	Uyumluluk	-,353	-2,704	,008*	F
	Sorumluluk	,495	3,633	,000*	10,219
	Duygusal Denge	-,054	-,510	,611	P.
	Deneyime Açıklık	,407	2,907	,004*	,000*
İnsan Kaynakları	(Sabit)	,874	,384	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
	Dışadönük	-,011	-,094	,925	,125
	Uyumluluk	,102	,900	,371	F
	Sorumluluk	-,051	-,407	,685	3,686
	Duygusal Denge	,271	2,371	,020**	P.
	Deneyime Açıklık	,347	3,160	,002*	,004*
Pazarlama	(Sabit)	1,213	,228	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
	Dışadönük	,099	,839	,403	,191
	Uyumluluk	,156	1,649	,102	F
	Sorumluluk	,108	1,076	,284	6,236
	Duygusal Denge	,186	1,870	,064	P.
	Deneyime Açıklık	,245	1,974	,041**	,000*

\*p<0,01 anlamlı, \*\*p<0,05 anlamlı

Tablo 10'daki güvenlik kariyer değeri üzerinde kişilik özelliklerinin etkisini belirlemeye yönelik oluşturulan regresyon modellerinde, her bir kariyer tercihi-ne göre Anova testi p değerlerinin 0,01 veya 0,05'ten küçük çıkması modellerin anlamlı olduğunu göstermektedir. Muhasebe kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin güvenlik kariyer değerini açıklamada %36,1 oranında etkili olduğu; sorumluluk kişilik özelliğinin %85,7 oranında pozitif yönde; deneyime açıklığın %38,7 oranında negatif yönde güvenlik kariyer değeri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Finans kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin güvenlik kariyer değerini açıklamada %13,6 oranında etkili olduğu; uyumluluğun %40,8 oranında negatif yönde; deneyime açıklığın %46,2 oranında pozitif yönde güvenlik kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir. İnsan kaynakları kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin güvenlik kariyer değerini açıklamada %14,7 oranında etkili olduğu; kişilik özelliklerinden sadece duygusal dengenin %42,5 oranında pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Pazarlama kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin güvenlik kariyer değerini açıklamada %7,3 oranında etkili olduğu; kişilik özelliklerinden sadece uyumluluğun %25,8 oranında pozitif yönde güvenlik kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.  $H_5$  hipotezi kısmen kabul edilmiştir.



**Tablo 10:** Kariyer Tercihlerine Göre Kişilik Özelliklerinin Güvenlik/İstikrar Kariyer Değeri Üzerindeki Etkisi

Kariyer Tercihi		Standart Beta Katsayısı	t	P.	
Muhasebe	(Sabit)		3,738	,000	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	-,181	-1,966	,052	,361
	Uyumluluk	-,095	-1,034	,304	F
	Sorumluluk	,857	7,568	,000*	11,952
	Duygusal Denge	,131	1,498	,138	P.
	Deneyime Açıklık	-,387	-3,916	,000*	,000*
Finans	(Sabit)		3,918	,000	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	-,063	-,369	,713	,136
	Uyumluluk	-,408	-2,815	,006*	F
	Sorumluluk	-,065	-,429	,669	4,413
	Duygusal Denge	,105	,897	,372	P.
	Deneyime Açıklık	,462	2,973	,004*	,001*
İnsan Kaynakları	(Sabit)		,676	,501	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	,192	1,647	,103	,147
	Uyumluluk	,122	1,091	,278	F
	Sorumluluk	-,071	-,571	,569	4,239
	Duygusal Denge	,425	3,760	,000*	P.
	Deneyime Açıklık	,091	,840	,403	,002*
Pazarlama	(Sabit)		3,887	,000	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	,203	1,606	,111	,073
	Uyumluluk	,258	2,551	,012**	F
	Sorumluluk	-,185	-1,717	,089	2,749
	Duygusal Denge	,021	,197	,844	P.
	Deneyime Açıklık	-,233	-1,752	,083	,022**

\*p<0,01 anlamlı, \*\*p<0,05 anlamlı

Yaşam tarzı kariyer değeri üzerinde kariyer tercihlerine göre kişilik özellikleri etkisini gösteren Tablo 11 regresyon sonuçlarına bakıldığında, her bir kariyer tercihinin oluşturulan modellerde tüm Anova testi p değerlerinin 0,01 veya 0,05'ten küçük çıkması modellerin anlamlı olduğunu göstermektedir. Muhasebe kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin yaşam tarzı değerini %8,1 oranında açıkladığı, kişilik özelliklerinden sadece sorumluluk boyutunun %31,6 oranında pozitif yönde etkisi olduğu belirlenmiştir. Finans kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin yaşam tarzı kariyer değerini açıklamada %50,6 oranında etkili olduğu; dışa dönüklüğün %49,5 oranında negatif yönde; uyumluluğun %92,3 oranında pozitif yönde; sorumluluğun

%36,2 oranında negatif yönde; deneyime açıklığın %37 oranında pozitif yönde yaşam tarzı kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İnsan kaynakları yönünde kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin yaşam tarzı kariyer değerini açıklamada %40,3 oranında etkili olduğu; uyumluluğun %30,2 oranında pozitif yönde, deneyime açıklığın %50,1 oranında pozitif yönde yaşam tarzı kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir. Pazarlama yönünde kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin yaşam tarzı kariyer değerini açıklamada %29,9 oranında etkili olduğu; kişilik özelliklerinden sadece uyumluluk boyutunun %29,8 oranında pozitif yönde yaşam tarzı kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir.  $H_0$  hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

**Tablo 11:** Kariyer Tercihlerine Göre Kişilik Özelliklerinin Yaşam Tarzı Kariyer Değeri Üzerindeki Etkisi

Kariyer Tercihi	Standart Beta Katsayısı	t	P.	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
Muhasebe	(Sabit)		2,493	,014	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	,156	1,414	,161	,081
	Uyumluluk	,065	,586	,559	F
	Sorumluluk	,316	2,329	,022**	2,708
	Duygusal Denge	,183	1,749	,084	P.
	Deneyime Açıklık	-,204	-1,718	,089	,025**
Finans	(Sabit)		3,385	,001	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	-,495	-3,850	,000*	,506
	Uyumluluk	,923	8,425	,000*	F
	Sorumluluk	-,362	-3,164	,002*	23,145
	Duygusal Denge	-,131	-1,480	,142	P.
	Deneyime Açıklık	,370	3,151	,002*	,000*
İnsan Kaynakları	(Sabit)		1,254	,213	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	,156	1,597	,114	,403
	Uyumluluk	,302	3,216	,002*	F
	Sorumluluk	-,033	-,313	,755	13,679
	Duygusal Denge	,112	1,183	,240	P.
	Deneyime Açıklık	,501	5,517	,000*	,000*
Pazarlama	(Sabit)		1,997	,048	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	,218	1,984	,050	,299
	Uyumluluk	,298	3,390	,001*	F
	Sorumluluk	,111	1,184	,239	10,477
	Duygusal Denge	-,131	-1,420	,159	P.
	Deneyime Açıklık	,090	,776	,440	,000*

\*p<0,01 anlamlı, \*\*p<0,05 anlamlı

Rekabetçilik kariyer değeri üzerinde kişilik özelliklerinin kariyer tercihlerine göre regresyon analizi sonuçlarını gösteren Tablo 12 incelendiğinde, her bir kariyer tercihi için oluşturulan modellerde tüm Anova testi p değerlerinin 0,01'den küçük çıkması modellerin anlamlı olduğunu göstermektedir. Muhabese kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin rekabetçilik kariyer değerini açıklamada %40,7 oranında etkili olduğu; uyumluluk kişilik özelliğinin %42,7 oranında pozitif yönde; sorumluluğun %44,5 oranında pozitif yönde rekabetçi kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Finans kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin rekabetçi kariyer değerini açıklamada %37,7 oranında etkili olduğu; kişilik özelliklerinden dışa dönüklüğün %78,7 oranında negatif yönde; uyumluluğun %36,7 oranında pozitif yönde; sorumluluğun %27,5 oranında negatif yönde; duygusal dengenin %26 oranında negatif yönde; deneyime açıklığın %86,4 oranında pozitif yönde rekabetçi kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İnsan kaynakları kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin rekabetçi kariyer değerini açıklamada %18,8 oranında etkili olduğu; kişilik özelliklerinden sadece dışa dönüklüğün %46 oranında pozitif yönde rekabetçi kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir. Pazarlama kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin rekabetçi kariyer değerini açıklamada %12,4 oranında etkili olduğu; kişilik özelliklerinden sadece deneyime açıklığın %21,5 oranında pozitif yönde rekabetçi kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.  $H_7$  hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

**Tablo 12:** Kariyer Tercihlerine Göre Kişilik Özelliklerinin Rekabetçilik Kariyer Değeri Üzerindeki Etkisi

Kariyer Tercihi	Standart Beta Katsayısı	t	P.		
Muhasebe	(Sabit)	-1,969	,052	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
	Dışadönük	-,072	-,810	,407	
	Uyumluluk	,427	4,825	,000*	F
	Sorumluluk	,445	4,083	,000*	14,334
	Duygusal Denge	,137	1,630	,107	P.
	Deneyime Açıklık	-,078	-,823	,413	,000*
Finans	(Sabit)	5,002	,000	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
	Dışadönük	-,787	-5,450	,000*	,377
	Uyumluluk	,367	2,983	,004*	F
	Sorumluluk	-,275	-2,142	,035**	14,062
	Duygusal Denge	-,260	-2,622	,010**	P.
	Deneyime Açıklık	,864	6,542	,000*	,000*
İnsan Kaynakları	(Sabit)	2,007	,048	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
	Dışadönük	,460	4,043	,000*	,188
	Uyumluluk	-,040	-,366	,715	F
	Sorumluluk	,003	,021	,984	5,343
	Duygusal Denge	,078	,710	,480	P.
	Deneyime Açıklık	,127	1,194	,236	,000*
Pazarlama	(Sabit)	2,281	,025	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
	Dışadönük	,126	1,024	,308	,124
	Uyumluluk	,019	,198	,843	F
	Sorumluluk	,104	,993	,323	4,151
	Duygusal Denge	-,144	-1,393	,167	P.
	Deneyime Açıklık	,215	1,667	,048**	,002*

\*p<0,01 anlamlı, \*\*p<0,05 anlamlı

Saygınlık kariyer değeri üzerinde kariyer tercihlerine göre kişilik özelliklerinin etkisini gösteren regresyon analizi Tablo 13'te verilmiştir. Modelde tüm Anova testi p değerlerinin 0,01'den küçük çıkması modellerin anlamlı olduğunu göstermektedir. Muhasebe yönünde kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin saygınlık kariyer değerini açıklamada %55,1 oranında etkili olduğu; uyumluluk kişilik özelliğinin %44,5 oranında negatif yönde; sorumluluğun %74,1 oranında pozitif yönde saygınlık kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir. Finans kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin saygınlık kariyer değerini açıklamada %41 oranında etkili olduğu; dışa dönük kişilik özelliğinin %89,1 oranında negatif yönde; uyumluluğun %33,4 oranında pozitif yönde; duygusal dengenin %24,4 oranında pozitif yönde ve

deneyime açıklığın %87,6 oranında, pozitif yönde saygınlık kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İnsan Kaynakları kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin saygınlık kariyer değerini açıklamada %17,5 oranında etkili olduğu; kişilik özelliklerinden %30,2 oranında negatif yönde; duygusal dengenin %27,9 oranında pozitif yönde saygınlık kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu görülmüştür. Son olarak Pazarlama kariyer tercihi olan öğrenciler için kişilik özelliklerinin saygınlık kariyer değerini açıklamada %12,3 oranında etkili olduğu; kişilik özelliklerinden dışa dönüklüğün %26,2 oranında pozitif yönde; uyumluluğun %34,2 oranında pozitif yönde; deneyime açıklığın %25,9 oranında negatif yönde saygınlık kariyer değeri üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.  $H_8$  hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

**Tablo 13:** Kariyer Tercihlerine Göre Kişilik Özelliklerinin Saygınlık Kariyer Değeri Üzerindeki Etkisi

Kariyer Tercihi	Standart Beta Katsayısı	t	P.	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
Muhasebe	(Sabit)	4,585	,000	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	
	Dışadönük	-,147	-1,907	,060	,551
	Uyumluluk	-,445	-5,765	,000*	F
	Sorumluluk	,741	7,796	,000*	24,770
	Duygusal Denge	-,096	-1,309	,194	P.
Finans	Deneyime Açıklık	,145	1,745	,084	,000*
	(Sabit)		,905	,367	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	-,891	-6,339	,000*	,410
	Uyumluluk	,334	2,786	,006*	F
	Sorumluluk	,032	,260	,796	15,986
İnsan Kaynakları	Duygusal Denge	,244	2,522	,013**	P.
	Deneyime Açıklık	,876	6,816	,000*	,000*
	(Sabit)		3,025	,003	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	-,302	-2,637	,010**	,175
	Uyumluluk	-,044	-,397	,693	F
Pazarlama	Sorumluluk	,056	,461	,646	4,995
	Duygusal Denge	,279	2,510	,014**	P.
	Deneyime Açıklık	,203	1,897	,061	,000*
	(Sabit)		3,019	,003	Düzeltilmiş R <sup>2</sup>
	Dışadönük	,262	2,137	,035**	,123
Pazarlama	Uyumluluk	,342	3,483	,001*	F
	Sorumluluk	-,069	-,665	,508	4,120
	Duygusal Denge	,036	,350	,727	P.
	Deneyime Açıklık	-,259	-2,004	,048**	,002*

\*p<0,01 anlamlı, \*\*p<0,05 anlamlı

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, İşletme lisans öğrencilerinin kariyer tercihlerine göre, sahip oldukları kişilik özelliklerinin kariyer değerleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Özellikle işe alım süreçlerinde iş-birey uyumunun ve kişilik özellikleri-kariyer değerleri arasındaki ilişkinin belirlenmesinin kariyer tercih dönemlerinde bireylere yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Kariyer tercihleri ağırlıklı olarak Muhasebe, Finans, İnsan Kaynakları ve Pazarlama olan İşletme lisans öğrencileriyle yürütülen çalışmanın sonucuna göre; Muhasebe kariyer tercihi gösteren öğrencilerin güvenlik kariyer değeri ile uyumluluk kişilik özelliğine sahip oldukları görülmüştür. Yapısı gereği düzenli olma, planlı hareket etme, öz disiplinli olma gibi çalışma davranışları içeren ve iş güvencesi ile istikrarın daha fazla olarak görüldüğü Muhasebe alanı ile güvenlik kariyer değeri ve uyumluluk kişilik özelliği örtüşmektedir.

Finans alanında kariyer tercihi gösteren öğrencilerin, analitik ve işlevsel yetkinliklerin önemli olduğu teknik kariyer değerine sahip, risk alma eğilimi yüksek, dışadönük bireyler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Finans alanı kapsamındaki iş tanımları sözü geçen yetkinlikler ile uyumludur.

İnsan Kaynakları kariyer tercihi gösteren öğrencilerin, yönetsel kariyer değerine ve uyumluluk kişilik özelliğine sahip oldukları görülmüştür. İnsan Kaynakları Yönetimi alanı temel olarak bireylerarası uyumlu, olumlu ve empatik ilişkiler kurabilme ve çoğunluğun menfaatine yönelik hareket edebilme çalışma davranışlarını içermektedir. Bu bağlamda, İnsan Kaynakları Yönetimi'nin temel davranışları, uyumluluk kişilik özelliğinin içeriği ile örtüşmektedir. Bireyleri ortak hedefleri gerçekleştirmek yönünde bir araya getirebilme, kriz durumlarında motivasyonu sağlayabilme ve duygusal dengeli koruyabilme gibi İnsan Kaynakları Yönetimi alanına uygun davranışları içermektedir. Bu durum, yukarıda belirtilen kariyer tercihi ile kariyer değeri arasındaki olumlu ilişkiyi desteklemektedir. Söz konusu öğrencilerin uyumluluk kişilik özelliğinin yanı sıra iletişim ve sosyalleşme becerileri yüksek, samimi, aktif ve pozitif enerjili olmayı gerektiren dışadönüklük kişilik özelliğine de sahip oldukları sonucuna varılmıştır.

Son olarak, Pazarlama kariyer tercihinde bulunan öğrencilerin, yaşam tarzı kariyer değerine ve deneyime açık kişilik özelliğine sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Yaratıcılığın, yeniliğin, rekabetin ve iletişimin temel kavramlar olarak yer aldığı Pazarlama alanında yeniliklere ve değişimlere açık olma, farklılıklara uyum gösterebilme, kurgulama yeteneğine ve geniş hayal gücüne sahip olma ihtiyaç duyulan çalışan özellikleridir. Bu durum, kariyer tercihleri Pazarlama odaklı öğrencilerin deneyime açık kişilik özelliğine sahip olduğu

na ilişkin sonucu desteklemektedir. Yaşam tarzı kariyer değeri, iş ve özel yaşam arasında denge kurmayı ve esnek çalışma ile motivasyon sağlanmasını içermektedir. Bu kavramların gerçekleştirilmesi durumu Pazarlama alanında kariyer tercihi olan öğrencilerin algısında, çalışanların yaratıcılık yönlerini geliştirebilmelerine ve yenilikleri takip edebilmelerine destek sağlayıcı olarak öngörülmektedir. Bu nedenle kariyer değeri ile kariyer tercihi arasındaki sonucun birbirini desteklediği kabul edilebilir.

Kariyer tercihleri, kişilik özellikleri ve kariyer değerlerine ilişkin ileride yapılacak çalışmaların, farklı disiplinlerde eğitim gören öğrencilerin ya da çeşitli meslek alanlarındaki profesyonellerin katılımı ile gerçekleştirilmesi, söz konusu kavramlar arasındaki ilişkiye yönelik kapsamlı ve farklı sonuçlar elde etme imkânı sunacaktır.



## KAYNAKÇA

- Abdioğlu, H., Kılıç, R., Çalış, N. (2015). Öğrencilerin Ders Başarısı Üzerinde Kişilik Özelliklerinin Etkisi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (1), 83-109.
- Ahmetoğulları, K., Güneş, M. (2017). Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Mesleğin Geleceğine Bakış Açılarında Etkisi: Hilvan Myo Örneği, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(21), 24-39.
- Akgül, A. (1997). *Tıbbi Araştırmalarda İstatistiksel Analiz Teknikleri*. Ankara: Yüksek Öğretim Kurulu Matbaası.
- Aluja, A., García, Ó., García, L.F. (2003). Relationships Among Extraversion, Openness to Experience, and Sensation Seeking, *Personality and Individual Differences*, 35, 671-680.
- Arılı, M. ve Nazik, H. (2001). *Bilimsel Araştırmaya Giriş*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Barrick, M.R. ve Mount, M.K. (1991). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A Meta-Analysis, *Personnel Psychology*, 44, 1-26.
- Barrick, M.R., Mount, M.K., Gupta, R. (2003). Meta-Analysis of the Relationship Between the Five-Factor Model of Personality and Holland's Occupational Types, *Personnel Psychology*, 56, 45-74.
- Barutçugil, İ. (2004). *Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi*. İstanbul: Kariyer Yayınları.
- Bayram, N., Gürsakal, S., Aytaç, S. (2012). Öğrencilerinin Kariyer Değerlerini Açıklamada Kişiliğin Etkisi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (2), 181-189.
- Beck, J. ve La Lopa, J.M. (2001). An Exploratory Application of Schein's Career Anchors Inventory to Hotel Executive Operating Committee Members, *International Journal of Hospitality Management*, 20 (1), 15-28.
- Bitlisli, F., Dinç, M., Çetinceli, E., Kaygısız, Ü. (2013). Beş Faktör Kişilik Özellikleri ile Akademik Güdülenme İlişkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Isparta Meslek Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (2), 459-480.
- Burger, J.M. (2006). *Kişilik*. Çeviren: İnan Deniz Erguvan Sarıoğlu, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Büyükköztürk, Ş., Çokluk. Ö., Köklü, N. (2013). *Sosyal Bilimler İçin İstatistik*. (3. Bs.) Ankara: Pegem Akademi.

- Cattell, Raymond B. (1943). The Description of Personality: Basic Traits Resolved into Clusters, *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 38 (4), 476-506.
- Coetzee, M. ve Schreuder A.M.G. (2002). The Relationship Between Career Patterns and Personality Types, *SA Journal of Industrial Psychology*, 28 (1), 53-59.
- Coetzee, M. ve Schreuder A.M.G. (2011). The Relation Between Career Anchors, Emotional Intelligence and Employability Satisfaction Among Workers in the Service Industry, *Southern African Business Review*, 15 (3), 76-97.
- Costa Jr., P.T., McCrae, R.R., Dye, D.A. (1991). Facet Scales for Agreeableness and Conscientiousness: A Revision of the Neo Personality Inventory, *Pergamon Press*, 12 (9), 887-898.
- Crepeau, R.G., Crook C.W., Goslar, M.D., McMurtrey, M.E. (1992). Career Anchors of Information Systems Personnel, *Journal of Management Information Systems*, 9 (2), 145-160.
- Danziger, N. ve Valency, R. (2006). Career Anchors: Distribution and Impact on Job Satisfaction, The Israeli Case, *Career Development International*, 11 (4), 293-303.
- Davies, M. (1998). *Understanding Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- DeCenzo, D.A. ve Robbins, S.P. (2007). *Fundamentals Of Human Resource Management*. U.S.A.: John Wiley & Sons Inc.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E.S., Çinko, M. (2013). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. (5. Bs.) İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Feldman, D.C. ve Bolino, M.C. (1996). Careers Within Careers: Reconceptualizing The Nature of Career Anchors and Their Consequences, *Human Resource Management Review*, 6 (2), 89-112.
- Friedman, H.S. ve Schustack, M.W. (1999). *Personality: Classic Theories and Modern Research*. U.S.A.: Allyn and Bacon.
- Funder, D.C. (2001). *The Personality Puzzle*. (2. Bs.) New York: W.W. Norton & Company.
- Giluk, T.L. ve Postlethwaite, B.E. (2015). Big Five Personality and Academic Dishonesty: A Meta-Analytic Review, *Personality and Individual Differences*, 72, 59-67.
- Greenhaus, J.H. (1987). *Career Management*. U.S.A.: The Dryden Press.
- Gunkel, M., C. Schlaegel, I. M. Langella and J. V. Peluchette (2010). Personality and Career Decisiveness: An International Empirical Comparison of Business Students' Career Planning, *Personnel Review*, 39(4), 503-524.

- Holland, J.L. (1973). *Making Vocational Choices*. U.S.A.: Prentice-Hall Inc.
- Ilgaz Yıldırım, B., Gülmez, M., Yıldırım, F. (2016). The Relationship Between the Five-Factor Personality Traits of Workers and Their Job Satisfaction: Study on Five Star Hotels in Alanya, *Procedia Economics and Finance*, 39, 284-291.
- Jansen, E. ve Chandler G.N. (1990). The Psychological Contract Between Volunteers and not for Profit Organizations: A Career Perspective, Toward the 21st Century: Challenges for the Voluntary Sector, London School of Economics.
- Jiang, J.J. ve Klein, G. (1999). Supervisor Support and Career Anchor Impact on the Career Satisfaction of the Entry-Level Information Systems Professional, *Journal of Management Information Systems*, 16 (3), 219-240.
- John, O.P. ve Srivastava, S. (1999). The Big-Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives". L. A. Pervin ve O.P. John (Ed), *Handbook of Personality: Theory and Research* (2. Bs.) (ss.102-139). Guilford Press. New York.
- Johnson, R.A. ve Wichern, D.W. (2002). *Applied Multivariate Statistical Analysis*. New Jersey: Prentice-HallInc.
- Judge, T.A., Martocchio, J.J., Thoresen, C.J. (1997). Five-Factor Model of Personality and Employee Absence, *Journal of Applied Psychology*, 82 (5), 745-755.
- Kamaşak, R., Bulutlar, F. (2010). Kişilik, Mesleki Tercih ve Performans İlişkisi: Akademik Personel Üzerine Bir Araştırma, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2 (2), 119-126.
- King, L.A., Walker, L.M., Broyles, S.J. (1996). Creativity and the Five-Factor Model, *Journal of Research in Personality*, 30 (2), 189-203.
- Larson, L.M., Rottinghaus, P.J., Borgen, F.H. (2002). Meta-Analyses of Big Six Interests and Big Five Personality Factors, *Journal of Vocational Behavior*, 61, 217-239.
- Lee, S.H. ve Wong, P.K. (2004). An Exploratory Study of Technopreneurial Intentions: A Career Anchor Perspective, *Journal of Business Venturing*, 19 (1), 7-28.
- Mc Adams, D.P. (1997). A Conceptual History of Personality Psychology". In. Robert Hogan, John Johnson & Stephen Briggs (Ed.), *Handbook of Personality Psychology*. (ss. 3-39). Academic Press.

- Mignonac, K. ve Herrbach, O. (2003). Managing Individual career Aspirations and Corporate Needs: A Study of Software Engineers in France, *Journal of Engineering and Technology Management*, 20 (3), 205-230.
- Morgan, C.T. (1999). *Psikolojiye Giriş*. (13. Bs.). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Psikoloji Bölümü Yayınları.
- Mount, M.K., Barrick M.R., Scullen, S.M., Rounds, J. (2005). Higher-Order Dimensions of The Big Five Personality Traits and The Big Six Vocational Interest Types, *Personnel Psychology*, Cilt 58, 447-478.
- Reed, M. B., M. A. Bruch and R. F. Haase, (2004). Five-Factor Model of Personality and Career Exploration, *Journal of Career Assessment*, 12(3), 223-238.
- Robbins, S.P. ve Judge, T.A. (2012). *Organizational Behavior*. (14. Bs. çeviri) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Roberti, J.W. (2004). A Review of Behavioral and Biological Correlates of Sensation Seeking, *Journal of Research in Personality*, 38, 256-279.
- Rubinstein, G. (2005). The Big Five Among Male and Female Students of Different Faculties, *Personality and Individual Differences*, 38 (7), 1495-1503.
- Sarıkaya, T., Khorshid, L. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimini Etkileyen Etmenlerin İncelenmesi: Üniversite Öğrencilerinin Meslek Seçimi, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7 (2), 393-423.
- Schein, E.H. (1974). Career Anchors and Career Paths: A Panel Study of Management School Graduates, Sloan School of Management, M.I.T, 707-74. Technical Report No.1. 15 Mart 2018 tarihinde <https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/1878/SWP-0707-02815445.pdf> adresinden erişildi.
- Schein, E.H. (1990). Career Anchors And Job/Role Planning: The Links Between Career Pathing and Career Development, MIT Sloan School of Management, 1-21. 18 Mart 2018 tarihinde <https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/2315/SWP-3192-22603401.pdf> adresinden erişildi.
- Schein, E.H. (2007). Career Anchors Revisited: Implications For Career Development In The 21st Century, *NHRD Journal*, 1 (4), 27-33.
- Schein, E.H. ve Maanen, J.V. (2016). Career Anchors and Job/Role Planning: Tools for Career and Talent Management, *Organizational Dynamics*, 45 (3), 165-173.

- Seibert, S.E. ve Kraimer, M.L. (2001). The Five-Factor Model of Personality and Career Success, *Journal of Vocational Behavior*, 58, 1-21.
- Sharf, R. (2013). *Applying Career Development Theory to Counseling*. (6. Bs.) Cengage Learning. Thomas Brooks/Cole.
- Süren, S. (2015). *Banka Çalışanlarında Tükenmişlik ve Beş Büyük Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması*, Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi.
- Şimşek, E. ve Aktaş, H. (2014). Örgütsel Sessizlik ile Kişilik ve Yaşam Doyumu Etkileşimi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (2), 121-136.
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (1996). *Using Multivariate Statistics*. (3. Bs) Harper Collins Pub.
- Tatlılıoğlu, K. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Beş Faktör Kişilik Kuramı'na Göre Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi, *Tarih Okulu Dergisi (TOD) Journal of History School (JOHS)*, 7 (17), 939-971.
- Temeloğlu E., Aksu, M. (2016). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Turizmde Kariyer Yapma İstekleri Üzerindeki Etkisi: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43),1512-1521.
- Van Vuuren, L.J. (1989). Die Beroepsorientasie Van Professioneel-Rekenkundiges Tydens Die Vroeë Beroepsjare, *Journal of Industrial Psychology*, 15 (3), 19-27.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- York, K.L. ve John, O.P. (1992). The Four Faces of Eve: A Typological Analysis of Women's Personality at Midlife, *Journal of Personality and Social Psychology*, 3 (63), 494-508.
- YÖK Lisans Atlası. 20 Şubat 2018 tarihinde <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans.php?y=105610643> adresinden erişildi.



# MAĞAZA İMAJININ ALIŞVERİŞÇİ HAREKETLİLİĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BURSA İLİNDE BİR UYGULAMA<sup>1</sup>

## The Effect of Store Image on Shopper Mobility: An Application in Bursa

Gönderim Tarihi: 08.05.2018

Kabul Tarihi: 21.11.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492899

**Barış ZENGİN\***  
**Serkan KILIÇ\*\***

**ÖZ:** Alışverişçilerin sürekli kullandıkları mağazaları değiştirme ya da bırakma yolunu tercih etmesi, alışverişlerini başka mağazalardan yapması ve bunun için başka mağazalara gitmesi alışverişçi hareketliliği kavramının oluşmasına sebep olur. Bu çalışmanın temel amacı, mağaza imajının ve mağaza imajını oluşturan değişkenlerin alışverişçi hareketliliği üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığının incelenmesidir. Çalışma Bursa ilinde 20 yaşın üzerindeki ve alışverişlerini kendilerinin yaptığı varsayılan 390 alışverişçi ile yüz yüze anket yöntemiyle yapılmıştır. Anket verileri, SPSS ve AMOS programlarıyla analiz edilmiş ve modelde oluşturulan hipotezin test edilmesi sağlanmıştır. Bulunan sonuçlar doğrultusunda mağaza imajının ve mağaza imajını oluşturan ürün/hizmet çeşitliliği ve kalitesi, satış personeli, fiyat/değer ve mağaza atmosferinin alışverişçilerin hareketlilikleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Hareketlilik, Alışverişçi Hareketliliği, Perakende, Mağaza, Mağaza İmaju

**ABSTRACT:** The preference of shoppers to change or abandon the shops they use constantly and shops from other stores leads the concept of shopper mobility. The main purpose of the study is to examine whether or not the store image and variables that forming the store image have a significant effect on shopper mobility. The study was conducted by face-to-face survey method with the 390 shoppers who are over 20 years old in Bursa and it is assumed to do their shopping their own. The questionnaire data was analyzed with SPSS and AMOS programs and the hypothesis generated in the model was tested. With the direction of the findings it has been found that the store image and the variables forming the store image which are product/service variety and quality, sales personnel, price/value and store atmosphere have a significant effect on the shoppers' mobility.

**Keywords:** Mobility, Shopper Mobility, Retail, Store, Store Image.

<sup>1</sup> Bu çalışma, Dr. Öğretim Üyesi Serkan Kılıç'ın danışmanlığında yüksek lisans öğrencisi Barış Zengin tarafından 2018 yılında tamamlanan/savunulan "Mağaza İmajının Alışverişçi Hareketliliği Üzerindeki Etkisi: Bursa İlinde Bir Uygulama" isimli Yüksek Lisans Tez çalışmasından geliştirilmiştir.

\* Yüksek Lisans Mezunu, Uludağ Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü/İşletme Anabilim Dalı, bariszengin9@gmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-0510-8278.

\*\* Doç. Dr., Uludağ Üniversitesi/İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/İşletme Bölümü/Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı, skilic@uludag.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0001-8060-7504.



## GİRİŞ

Günümüzde farklı türdeki perakendeciler, rakip perakendecilerle yüksek rekabet içerisinde aynı ürünü benzer fiyat seviyesinde ve aynı müşteri kitlesine satmaktadırlar. Örneğin kitap almak isteyen bir müşteri, bu kitabı kitapçılarından alabileceği gibi süpermarketlerden, alışveriş merkezlerindeki özellikli mağazalardan ya da indirimli mağazalardan da kolaylıkla satın alabilirler. Bu, müşteri, ürün, fiyat ve perakendeci kavramlarının bir bütün oluşturarak perakendeci bütünleşmesi kavramının doğmasına neden olmuştur. Bu bütünleşme kavramı, zincir mağazalar, küçük mağazalar ve bağımsız mağazalar arasındaki rekabeti arttırmaktadır (Armstrong ve Kotler, 2011: 235). Bu rekabet ortamında, alışverişçilerin mevcut mağazalar arasında seçim yaparken gerçekleştirdiği hareketliliğin takip edilmesi, nedenlerinin bilinmesi ve müşterinin satın almaya ikna edilebilmesi perakendeciler için önemsenmesi gereken bir konudur.

Alışverişçilerin hareketliliklerinin artışı, sadece insanların alışverişe nasıl yöneldiği değil, aynı zamanda alışveriş yerlerinin tercih sebeplerindeki değişime de işaret eder. Hareketlilik, bir kişinin sosyal ve fiziksel anlamda çeşitli fırsatlara erişmesine imkân sağlayan bir kaynak olarak değerlendirilebilir (Kaufmann vd., 2004). Alışverişçiler, tercih ettikleri perakende işletmeyi birden fazla nedene dayalı olarak değiştirme davranışında bulunabilmektedirler. Diğer perakende işletmede yapılan bir promosyon, ailesinden ya da arkadaş çevresinden gelen bir mesaj veya tavsiye, mağaza atmosferinin tüketiciye uygun olmaması ve başka mağazada kendisi için sağlanan bir kolaylık alışverişçiyi hareketlilik içerisinde bulunmaya itebilir. Bu çeşitli uyaranlara paralel olarak alışverişçilerin alışveriş yaptıkları perakende mağazalarından vazgeçerek başka mağazalardan alışveriş yapmak için bir hareketlilikte bulunmalarını “alışverişçi hareketliliği” olarak değerlendirmek mümkündür. Bu nedenle, rakip perakendeciler arasında mağaza değiştirme kalıplarını ve belirleyicilerini anlamak önemlidir. Alışveriş yapanların mevcut kullandıkları mağazadan vazgeçip, onun yerine başka bir mağazayı benimseme eğilimleri incelenmeli ve bunun altında yatan nedenler araştırılmalıdır.

Alışverişçi hareketliliği, literatürde henüz fazla yer almamış bir kavram olmasına karşın, perakendeciler açısından son derece önemlidir. Alışverişçi hareketliliği çeşitli yazarlar tarafından, alışverişçinin hali hazırda kullandığı bir mağazayı bırakmak veya çeşitli sebepler doğrultusunda başka mağazalara yönelerek alışverişlerini o mağazadan yapmak üzere değiştirmek olarak tanımlanabileceği gibi bir alışverişçinin alışverişini yapmak üzere mağazaya gitmeleri olarak da tanımlanabilmektedir (Rhee ve Bell, 2002: 234; Sullivan ve Adcock, 2002: 106; Anic ve Radas, 2016: 318). Rekabetin giderek yoğunlaştığı, pazar sınırlarının yok olmaya başladığı küreselleşen bir ekonomide, perakendeciler için varlığı-

nı sürdürebilmek, rekabet avantajı sağlayabilmek, pazar paylarını artırabilmek eskisinden daha zor hale gelmiştir. Tüketicinin alışveriş yaparken seçeceği alternatiflerin çoğalması, mağazaya olan bağlılıklarının her an kopabilecek durumda olması ve tüketicinin çeşitli etkenlerden dolayı kolaylıkla sürekli kullandıkları mağazayı değiştirebilecek durumda olması perakendecileri bu konu üzerinde durmaya, bunun nedenlerini bulmaya yöneltmiştir (Luceri ve Latusi, 2016).

Bu çalışmada alışverişçi hareketliliği üzerinde mağaza imajının ve mağaza imajını oluşturan değişkenlerin anlamlı bir etkiye sahip olup olmadıkları araştırılmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde alışverişçi hareketliliği kavramı ve alışverişçi hareketliliği ile ilgili literatür taramasına yer verilmektedir. İkinci bölümde mağaza imajı ve mağaza imajını oluşturan unsurlar ele alınmaktadır. Son bölümde mağaza imajının ve mağaza imajını oluşturan değişkenlerin alışverişçi hareketliliği üzerindeki etkisi yapısal eşitlik modellemesi ile test edilmiştir. Sonuç bölümünde araştırmadan elde edilen sonuçlar ilgili literatür ile karşılaştırılmakta ve gelecekte yapılacak çalışmalar için önerilerde bulunmaktadır.

Çalışmanın teorik açıdan en önemli katkısı, literatürde varolan mağaza imajı boyutlarının alışverişçi hareketliliği üzerindeki etkisinin incelenmesidir. Elde edilen sonuçlar yönetim uygulamaları açısından, özellikle alışverişçi hareketliliğini kendi lehine etkilemek isteyen mağazaların hangi faktörlere göre hareket etmesi gerektiği, hangi kurumsallaşma süreçlerini iyileştireceği ve kaynak tahsisini hangi yönde yapacağı konusunda yol göstericidir.

## ALIŞVERİŞÇİ HAREKETLİLİĞİ VE LİTERATÜR TARAMASI

Alışverişçi kavramını, alışveriş ihtiyacını karşılamak ya da bir hizmet satın almak amacıyla bir perakende mağazasına giden birey olarak tanımlamak mümkündür. Alışverişçi hareketliliği de alışveriş yapanların mağazalardan geçişleri üstlenme isteklerini ve alışverişlerinin çoğunu bir mağazadan diğerine taşımak olarak tanımlanabilir. Aynı zamanda yapılan seyahat miktarı olarak tanımlanabilen alışverişçi hareketliliği, ulaşılan fırsatların sayısı olarak tanımlanan erişilebilirlikten farklı olarak karşımıza çıkar. Alışverişçi hareketliliğinde esas olan, erişilebilen yerlerden birinin seçilmesi ve ona ulaşımın tamamlanmasıdır. Alışverişçi hareketliliği, alışveriş hareketinin potansiyel aralığının ne kadar olduğu yönünde belirleyici olduğu için önemli görülmektedir. Alışverişçi hareketliliğinin incelenmesi, mağaza değiştirme davranışının değişkenlerinin belirlenmesinde yardımcı olduğu için perakendecilerin uzun vadeli ve istikrarlı alışveriş davranışlarını anlamalarını sağlar (Rhee ve Bell, 2002: 225).

Alışverişçiler, birçok alternatif mağaza olmasına rağmen çoğu kez bütün harcamalarını yaptıkları mağazaları değiştirme niyetinden kaçınırlar (Rhee ve Bell, 2002). Buna karşın, zaman zaman alışveriş yapanlar mağaza içinde ya da

mağaza dışında karşılaştıkları olumsuzluklar nedeniyle tercih ettikleri mağazaları değiştirme eyleminde bulunabilirler. Bu olumsuzluklar bazen atmosfer, fiziksel altyapı, satış personeli gibi mağaza özelliklerine dayanırken bazen de gelir düzeyinin değişimi, kültürel özellikler, aile yapısı, hedonik düşünce gibi kişisel ve demografik özelliklere de dayanabilir.

Alışverişçilerin alışveriş yeri tercihleri, hareket kabiliyetleri tarafından etkilenebilir. Kişisel bir araca erişimi olan alışverişçiler yerel perakendecileri seçebilecekleri gibi daha uzak mesafelere de seyahat edebilirler (Suel, 2016). Bu konuya paralel olarak Dieleman vd., (2002) alışverişçilerin alışveriş davranışının, seyahat modu ve seyahat amacına bağlı olarak hareketliliklerini nasıl etkilediğini ortaya koyarak özellikle alışverişçilerin alışveriş için yaptıkları seyahatlerdeki hareketlilik kalıplarının hangi etkenlerden etkilendiğini araştırmışlardır. Araç sahibi olma durumunun seyahat modu açısından en önemli değişken olduğu bulunmuştur. Ayrıca, ailedeki çocuk sayısı ve ailenin geliri de alışverişçilerin diğer mağaza alternatiflerini değerlendirmek amacıyla alışveriş için katedecekleri yol miktarlarını etkilemektedir. Gerek arabayla, gerek toplu taşımayla gerekse de yaya olarak yapılan alışveriş gezilerinde, hareketlilikte bulunan alışverişçilerin seçecekleri perakendeciler çeşitli kısıtlamalar ve kolaylıklardan etkilenebilir. Park yeri kolaylığı, toplu taşıma imkanı, kaldırım yoğunluğu gibi faktörler bu konuda etkilidir. Alışveriş için yapılar geziler de genel hareketliliğin önemli bir parçasını oluşturur.

Alışverişçilerin alışveriş yapabilecekleri yerler arasındaki işlevsel, fiziksel veya sosyo-kültürel farkları bulma ve yeni deneyimler yaşayabilme isteğiyle birçok perakende işletmeyi ziyaret ettikleri görülmektedir. Bu açıdan perakende işletmeler, alışverişçilerin beğenecekleri ve rahat hissettikleri bir ortam yaratmalıdır (Velde ve Spierings, 2010:194). Mağaza imajı, alışverişçilerin hareketliliklerini etkileyen bir unsur olarak dikkate alınmalıdır.

Alışverişçi hareketliliği ile ilgili literatür taraması yapıldığında, bu konuda yapılan az sayıda yabancı çalışmanın olduğu, yapıların çalışmalarda alışverişçilerin satın alma davranışlarının, alışveriş kalıplarının ve mağaza değiştirme davranışlarının alışverişçi hareketliliği ile birlikte incelendiği görülmektedir.

Alışverişçilerin, genelde fazla mağaza değişikliğine gitmeyerek nispeten fazla hareketlilikte bulunmadıkları düşünülmektedir. Alışverişçilerin, en çok tercih ettikleri ana mağazadan alışverişlerinin büyük bir kısmını yaptıkları varsayılır. Ancak daha uygun bir mağazaya seyahat etmek ve alışverişlerini orada yapmak için yapılan bir promosyon veya fiyat indirimi bunu değiştirebilir (Anic ve Radas, 2016: 316). Buna paralel olarak, Anic ve Radas (2016) yaptıkları çalışmada alışveriş hareketliliği kavramını, alışveriş yapanların ana mağazasından, bir indirim sunan (fiyatta % 5 ile % 10'luk bir düşüş) başka bir yere git-

mek için ekstra zaman harcamak istemeleri olarak tanımlayıp; alışveriş yapan kişilerin hareketliliğinin, müşterilerin mağazalarını değiştirmeye istekli olup olmadıklarını ölçtüğünü söylemişlerdir. Buldukları sonuçlar doğrultusunda araştırmacılar, alışverişçilerin hareketliliklerinin yapacakları alışveriş türüne (ayaküstü ya da toplu alışveriş), değiştirecekleri mağazaya ulaşımın kolay olmasına, alışverişçilerin cinsiyetine, yaşına, gelir durumuna, alışveriş için harcanacak zamana, çalışma durumuna, alışkanlıklara ve perakendecilerin sağladığı ürün çeşitliliği ve ürün fiyatlarına bağlı olduğunu göstermişlerdir.

Alışverişçi hareketliliğinin konu alındığı bir başka çalışma da Rhee ve Bell (2002) tarafından yapılmıştır. Araştırmacılar alışverişçilerin, alışverişlerinin çoğunluğunu ana mağazalarından yaptığını varsaymış ve alışverişçilerin hareketlilikte bulunarak alışverişlerini başka mağazalara taşıyıp taşımayacaklarını incelemişlerdir. Araştırmacılar, alışverişçilerin hareketliliklerinin nedenlerinin alışverişçilerden mi yoksa mağazaların yaptığı çeşitli değişikliklerden mi kaynaklandığını bulmaya çalışmışlardır. Alışverişçilerin mağaza değişikliği yapmaya gönüllü olmadıkları, sık alışveriş yapan alışverişçilerin hareketlilikte bulunmaya niyetli olmadıkları, geçici fiyat indirimleri nedeniyle kendi ana mağazasını bırakmak istemedikleri, alışık oldukları marka çeşitliliği, mağaza düzenininin ve mağazalara olan bağımlılıklarından vazgeçmek istemedikleri bulunmuştur. Bununla birlikte, alışverişçilerin her zaman tercih ettikleri mağazalar yerine daha uygun konumlandırılmış bir alternatif bulduklarında mağaza değiştirme, dolayısıyla hareketlilikte bulunma eğilimi içinde olduklarını ortaya koymuşlardır.

Luceri ve Latusi (2016) çalışmalarında alışverişçilerin giyim sektöründeki mağaza türleri arasındaki hareketliliklerini incelemişlerdir. Özellikle cinsiyetin mağaza değişikliğine gidilmesinde önemli bir etken olduğunu ortaya koymuşlardır. Bununla beraber alışverişlerinin çoğunu outlet mağazalardan alışveriş yapan alışverişçilerin mağaza değiştirme ihtimallerinin daha yüksek olduğunu bulmuşlardır.

Popkowski ve Timmermans (1997) araştırmalarında müşteri olma davranışı ve mağaza değiştirme davranışını incelemişler ve sosyo-demografik unsurların alışverişçilerin davranış biçimlerini etkilediklerini göstermişlerdir. Örneğin düşük gelirli alışverişçiler için fiyat promosyonları etkili olurken; alışveriş zamanını azaltacak ek bir hizmet sunulması yüksek gelirli alışverişçilerin kullandıkları mağazaları değiştirmelerinde etkili olabilmektedir. Alışverişçilerin fiyat promosyonlarına verdiği tepkiye benzer olarak Kumar ve Leone (1988), mağaza promosyonlarının ve ürün sergilenmesinin alışverişçilerin mağaza değişikliğine gitmelerinde etkili olup olmadığını araştırmışlardır. Buldukları sonuçlar doğrultusunda alışverişçilerin mağaza değişikliği yapmalarında fiyat promosyonlarının ve ürün sergilemesinin etkili olduğunu göstermişlerdir.

Aldershof vd. (2004) ise alışverişçi hareketliliğini hizmet satan perakendeci sigorta şirketlerinde ele almışlardır. Alışverişçiler satın alacakları sigorta hizmeti için yapacakları alışverişçi hareketliliğiyle, sigortalarını değiştirmelerine dört faktörün etki ettiğini ileri sürmüşlerdir. Bu faktörleri; mevcut tercih seçenekleri, seçim ortamı (pazar yapısı, kurumsal özellikler) değişimin getirdiği faydalar ve tüketicilerin geçiş eğilimi olarak belirlemişlerdir.

## MAĞAZA İMAJI UNSURLARI

Mağaza imajı genel anlamıyla, bir perakende mağazanın kısmen fonksiyonel kısmen psikolojik özellikleri ve havası dolayısıyla alışverişçinin zihnindeki yeridir. Mağaza imajı, alışverişçilerin perakendeciden sağladıkları yarar ve perakendecinin sembolik niteliğiyle ilgili algılamalarına yöneliktir (Kılıç, 2006: 59). Literatürde mağaza imajına ilişkin yapılan araştırmalar incelenmiş ve mağaza imajını oluşturan unsurlar aşağıda Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1:** Mağaza İmajını Oluşturan Unsurlar

Mağaza İmajını Oluşturan Unsurlar	Yazarlar
“Park imkanı, temizlik, ürün, fiyat, alışveriş uygunluğu, reklam, promosyon, içerik, kalite, çeşitlilik, alışveriş sonrası hizmet”	Belwal ve Belwal (2017)
“Satış personeli, ürün, kolaylık, fiyat, çeşitlilik, uygunluk”	Delgado-Ballester vd. (2014)
“Satış personeli, ürün, fiziksel kanıtlar, uygunluk, promosyon”	Roy ve Ghosh (2013)
“Hizmet, ürün, mağaza düzenlemesi”	Diallo (2012)
“Pazarlama imajı(ürün, kalite, fiyat), Sosyal imaj, Stratejik imaj(genel imajı)”	Beristain ve Zorrilla (2011)
“Mağaza ambiyansı, hizmet özellikleri, ürün özellikleri, pazarlama özellikleri (reklam, dekor vs.)”	Hsu vd. (2010)
“Satış personeli, atmosfer, ürün, fiyat, ürün çeşitliliği, mağaza içi uygunluk”	Theodoridis ve Chatzipanagiotou (2009)
“Temizlik, dekor, atmosfer, kalite, moda, fiyat, hizmet, kolay geri ödeme, güvenilirlik, mağaza düzenlemesi”	Burt ve Carralero-Encinas (2000)
“Temizlik, satış Personeli, ürün, mağaza düzenlemesi, uygunluk”	Darley ve Lim (1999)

## Mağaza Atmosferi

Mağaza imajı kavramıyla yakından ilgili olan diğer bir kavram da mağazanın atmosferi veya ambiyansıdır. Mağaza atmosferi, işletme kimliğini oluşturan

ve mağazayı şekillendiren tüketicilerin mağazaya içinde ya da dışında karşılaştıkları mağazaya yönelik ilk unsur olarak düşünülebilir. Mağaza atmosferi, iç dekor ve dış görünüm unsurlarının yansımalarıyla oluşur. Bu iki unsur birbirleriyle iyi bir uyum içerisinde olmalıdır (Kılıç, 2006: 61). Her bir perakende mağazasında görünüş, sesler, kokular, ışıklandırmalar müşteriler için özenle seçilmeli ve ayarlanmalıdır (Armstrong ve Kotler, 2011: 384).

Turley ve Milliman (2000) mağaza atmosferinin beş kategori altında incenebileceğini ileri sürmüşlerdir: Dışsal değişkenleri oluşturan etkenler; tabelalar, girişler, vitrinler, binanın rengi vb. kapsamaktadır. Genel içsel değişkenler ise; yer döşemeleri, halılar, renk şemaları, ışıklandırma, müzik, sıcaklık vb.'dir. Plan ve tasarım değişkenleri; ürünlerin yerleştirilmesi, çalışma alanları, ürünlerin gruplandırılması, bekleme alanları, mobilya vb. kapsamaktadır. Satın alma noktası ve dekorasyon değişkenleri, ürün gösterimi, fiyat gösterimi, resimler vb. iken, son olarak bireye ait değişkenler ise mağaza kalabalıklığı, çalışanlar, mahremiyet ve müşteri karakteristikleri olarak belirlenmiştir.

Fiziksel özellikler, mağazanın girişi, dış cephesi, vitrini, mağazanın çevresi, otoyollara olan bağlantısı ve otopark imkanları, mağaza içindeki yer döşemeleri, ışıklandırma, kullanılan müzik, renkler ve teknoloji, ürünlerin teşhiri, temizlik vb. ifade edilmektedir. Bu fiziksel özellikler bütünüyle mağaza atmosferini oluşturur (Bayçu ve Arslan, 2012:16).

Mağaza atmosferinin alışverişçiler için en uygun şekilde tasarlanması ayrıca mağazanın var olan imajını yansıtması perakendeciler açısından önem arz etmektedir. Mağaza atmosferi oluşturulurken trendlerin takip edilmesi, modaaya uygun düzenlenmesi ve kişilerin ilgilerini çekebilecek şekilde oluşturulması avantaj sağlayacaktır. Doğru imaj ve atmosfer yaratılırken bir perakende mağazası hedef kitleyi ve hedef kitlenin satın alma deneyiminden ne istediğini belirlemeye çalışmalıdır. Böylece mağaza, müşterilerin inançlarını, tercihlerini, deneyimlerini ve duygusal reaksiyonlarını güçlendirecektir (Steenkamp ve Wedel, 1991).

### **Fiyat/değer Stratejileri**

Bir perakendecinin dikkat etmesi gereken önemli kararlarından biri de ürün ve hizmetlerin fiyatlarının doğru belirlenmesidir. Doğru fiyat; müşterilerin istekli olup ödeyebilecekleri ve müşteriyi mağazaya çeken ve satın alma kararını etkileyen fiyattır (Ayдын, 2013).

Rekabetin yoğun olması nedeniyle ve perakende türlerinin gelişip çeşitlenmesiyle aynı ürün ve hizmeti satan birçok farklı alternatif oluşmuştur. Alışverişçilerin kendi bütçe ve gelirlerine göre alışveriş tercihlerini gerçekleştirdikleri görülmektedir. Gelir seviyesi daha az olan alışverişçiler genellikle fiyat sevi-



yelerinin düşük olduğu indirim mağazalarını ve kolayda mağazaları seçerlerken; daha yüksek gelirli olan olan tüketiciler ise uluslararası zincirleri ve hipermarketleri seçmektedirler.

Perakendeciler tarafından yapılan indirimler, promosyonlar ve verilen hediye çekleri de alışverişçilerin tercihlerinde önemli bir yere sahiptir. Alışverişçiler, indirim kuponlarını, hediye çeklerini ve promosyonları kullanmak için daha önce kullandıkları mağazalardan vazgeçip yeni mağazalara yönelebilmektedirler. Aynı zamanda promosyonlar ve hediyeler, tüketicilerin satın alma niyetlerini etkilemekte, müşteri olma davranışlarında ve tekrar satın alma davranışlarında avantaj sağlamaktadır.

### **Müşteri Hizmetleri Kalitesi**

Müşteri hizmetleri, satılan ürünlere ek olarak sunulan faaliyetler, yararlar veya tatminlerdir (Tek, 1984: 433). Müşteri hizmetleri, alışverişçinin o mağazayı seçme şansını arttıran, satın aldığı ürüne ek olarak faydalar sağlayan birtakım faaliyetlerdir. Müşteri hizmetleri, kredi kartı uygulamaları, atm makineleri, çocuk bakım odaları, mescid, eve teslimat, giyinme kabinleri, geniş çalışma saatleri, hediye paketi, otopark olanakları, tamir olanakları, hediye çekleri, garantiler, bilet satışları vb.'den oluşmaktadır. Perakendecilerin sundukları müşteri hizmetlerinde sağlayacağı başarı, müşteri memnuniyetinin, müşteri sadakatinin ve satışların artışını sağlayabilir (Kurşunluoğlu, 2012).

Perakendecilerin sunacağı yenilikler ile mağaza içi düzenlemenin müşterilerin kolaylıkla alışveriş yapabileceği şekilde ayarlanması, satış personelinin daha bilgili olması, koridorların uygun yerleştirilmesi, çok yoğun zamanlarda yeni kasaların açılması, kuyrukların azaltılması yönünde yapılacak iyileştirmeler vb. müşteri hizmetleri sayesinde müşterilerin perakende mağaza tercihleri ve alışverişçilerin hareketlilikleri kolaylıkla etkilenebilecektir (Whalen, 1985: 16).

Ayrıca pazar yönelimli anlayışa sahip olan perakendeciler hem müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilecek hem de rakiplerinin davranışlarını analiz edebilme şansını yakalayacaklardır. Yoğun rekabet ortamında perakendecilerin farklı alışverişçi davranışlarına cevap verebilmeleri, aynı zamanda tercih edilebilirlik seviyesini artırabilmeleri için müşteri hizmetleri, satış sonrası hizmetler ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi unsurlara önem vermeleri gerekir (Kurşunluoğlu, 2012).

### **Satış Personeli**

Müşteri ilişkilerini geliştirmek ve yoğun rekabet ortamında avantaja sahip olmak için perakendecilikte önemli unsurlardan biri de satış personeli. Satış personellerinin görevleri, satış geliştirme, müşteri hizmetleri, faturalandırma,



nakliye, satış sonrası hizmet ve ürün geliştirme gibi birçok faaliyeti içermektedir. (Olson vd., 1995; Ingram vd., 2002).

Perakende satış personelleri, alışverişçilerin alışveriş yeri seçiminde ve satın alma kararlarını etkilemede kritik bir rol oynamaktadırlar. Müşteriler çoğu zaman satış personellerinin önerilerini dikkate almaktadırlar. Perakende satış personelleri, müşteriye değer önermelerini iletmek ve hedef pazar stratejilerini uygulamak için perakendeciler açısından önemli bir bağlantıyı temsil etmektedirler. Perakende satış personellerinin sağladığı tavsiyelerin, özellikle dayanıklı tüketim mallarında müşterilerin marka seçiminde önemli bir etkisi bulunmaktadır (Vishag ve Laverie, 2011). Uygun niteliklere sahip satış personelleri ile müşterilerin çeşitli sorunlarına cevap verebilir, müşteri memnuniyetini artırılarak müşterilerin satın alma davranışları ve sadakat davranışları göstermeleri sağlanabilir (Michel vd., 2015).

### Ürün/Hizmet Çeşitliliği ve Kalitesi

Perakendecilerin alışverişçilerin istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek şekilde ürün çeşitliliğine sahip olmaları ve uyguladıkları stratejiler ile tutarlı bir şekilde satışlarını gerçekleştirmeleri gereklidir. Alışverişçiler ise tercih ettikleri ürünleri veya hizmetleri arzuladıkları kalitede bulmak isterler. Perakende mağazada ürün çeşitliliğinin fazla olması istenilen ürünlerin daha kolay bulunmasını sağlayacak ve alışverişçilerin birçok alternatif içerisinden seçecekleri perakende mağazasını belirlemelerinde onlara yardımcı olacaktır. Ürün yelpazesi, bir perakendecinin satacağı ürünlerin seçilmesidir. Hem ürün kategorilerinin genişliğini hem de her kategorideki çeşitliliği içerir (Berman ve Evans, 2004:339). Bir perakendecinin oluşturduğu ürün yelpazesi, perakendeciye kâr, müşteri tatmini, müşteri sadakati gibi konularda farklılık yaratabilir (Kurtuluş ve Nakkas, 2011).

Alışverişçiler aynı ürünü birden fazla perakendecide bulabilmektedirler. Alışveriş yapılacak mağaza seçiminde, alışverişçilerin zihinlerinde bulunan kalite algısı, perakendecilere karşı tutumlar ve sadakat davranışları etkili olmaktadır. Mağaza değiştirme maliyetlerinin düşük olduğu kabul edilir ise alışverişçiler, alternatif bir ürünü bulabilmek için mağaza değişikliğine gidebilirler (Miller vd., 2010). Böylece gerçekleştirecekleri hareketlilik sonucu, aradıkları ve ihtiyaç duydukları ürünü bulabilecekleri perakendecilere yönelirler.

Perakendeciler tarafından sunulan ürün ve hizmetlerin kaliteli olması da alışverişçinin alternatif mağazaları değerlendirirken yapacağı seçimi etkileyecektir. Birçok alışverişçi, mağazanın istenilen kalitede ürün/hizmetler sunmamasından ya da ürün/hizmetlerinde kaliteyi muhafaza edememesinden dolayı alışverişçi hareketliliği gerçekleştirmektedir. Perakendeciler, her alışverişçinin

farklı istek ve ihtiyaçlara sahip olacağını düşünerek ürün yelpazelerinde farklılaştırma gerçekleştirmeli ve ürün/hizmet kalitesi konusunda müşteri odaklı bir görüş benimsemelidirler.

## METODOLOJİ

### Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, mağaza imajının ve mağaza imajını oluşturan unsurların alışverişçi hareketliliği üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemektir.

### Anakütle ve Örneklem

Araştırmada beğenmeli bir ürün olan giyim ürünleri tercih edilmiştir. 20 yaşın üzerindeki bireylerin giyim alışverişlerine ağırlıklı olarak kendilerinin karar vereceği varsayılmıştır. Dolayısıyla Bursa ilinde yaşayan ve iç-dış giyim alışverişini yapan 20 yaşın üzerindeki bireyler araştırmanın anakütlesini oluşturmaktadır. Bursa ilinde yaşayan 20 yaşın üzerindeki bireylerin sayısı TÜİK verilerine göre 1.236.995'tir (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2018). Zaman, maliyet, ulaşım gibi çeşitli kısıtlamalar nedeniyle araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma 410 kişiye uygulanabilmiştir. Ancak bazı anketlerin sağlıklı şekilde geri dönüşü olması sebebiyle uygulamada 390 anket kullanılmasına karar verilmiştir. Bu sayının %5 anlamlılık düzeyi için yeterli olduğu görülmektedir (Survey System, 2018).

### Anket Formu

Anket formu oluşturulurken Türkçe ve yabancı literatür taranmış ve bu çalışmanın teorik kısmındaki bilgilerden yararlanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde cevaplayıcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, çalışma durumu, medeni durum, gelir, alışveriş yapma alışkanlıkları ve türleri, alışveriş sıklıkları, alışveriş türleri, tercih ettikleri ödeme şekilleri, alışveriş yeri seçme davranışları ve alışveriş yeri değiştirme nedenleri araştırılmaktadır. İkinci bölümde ise mağaza imajının alışverişçilerin hareketliliği üzerindeki etkilerini belirleyebilmek amacıyla oluşturulan sorular yer almaktadır.

Literatür taraması sonucunda mağaza imajı değişkeni mağaza atmosferi, satış personeli, fiyat/değer, ürün/hizmet çeşitliliği ve kalitesi değişkenleri itibarıyla ele alınmıştır. Mağaza atmosferi değişkeni 4 (Erasmus ve Grabowski, 2013; Tatlı, 2014; Hussain ve Ali, 2015), satış personeli değişkeni 5 (Erasmus ve Grabowski, 2013; Varinli ve Acar, 2011; Tatlı, 2014; Douce vd. 2016), fiyat/değer değişkeni 5 (Külter, 2011; Verma, 2012; Douce vd., 2016; Kesari ve Atulkar, 2016)

ve ürün/hizmet çeşitliliği ve kalitesi değişkeni 4 (Chaiyasoonthorn Suksangiam, 2011; Erasmus ve Grabowski, 2013; Koul ve Mishra, 2013; Grah ve Tominc, 2015) ve alışverişçi hareketliliği değişkeni 4 ifadeden (Rhee ve Bell, 2002; Erciş vd., 2008; Velde ve Spierings, 2010) oluşmaktadır. Bu ifadeler, 5 noktalı Likert tipi (1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum) sorulardan oluşmaktadır. Toplam 22 ifadeden oluşan ölçeğin Cronbach Alfa değeri, 0,874 olarak bulunmuştur.

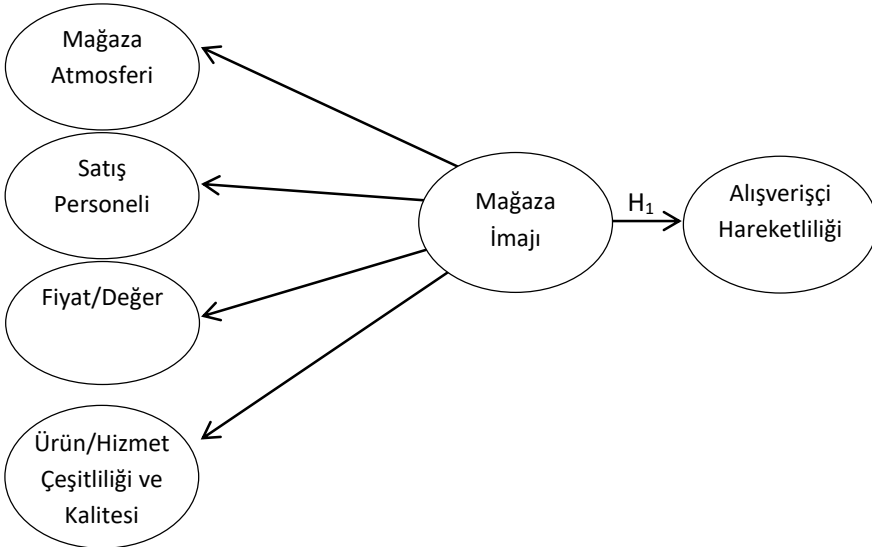
### Araştırma Yöntemi ve Süresi

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmış olup, anketler yüzyüze görüşme aracılığı ile uygulanmıştır. Araştırmanın amacına, modeline ve hipotezlerine yönelik literatür incelenerek bir anket formu oluşturulmuştur. Veriler üç aylık bir çalışma sürecinde elde edilmiştir. Bu analizlerde SPSS 23 ve AMOS 23 paket programlarından yararlanılmıştır. Yapılan analizler % 95 güvenilirlik düzeyine göre gerçekleştirilmiştir.

### Araştırmanın Modeli ve Hipotezi

Mağaza imajının alışverişçi hareketliliğine etkisini ölçmek amacıyla literatürde mağaza imajını oluşturan unsurlardan yararlanılmış ve aşağıdaki şekil 1'deki model oluşturulmuştur.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Araştırmanın amacını gerçekleştirmeye yönelik mağaza imajının alışverişçi hareketliliği üzerindeki etkisine ilişkin kurulan hipotez aşağıda yer almaktadır.

**H<sub>1</sub>:** Mağaza imajının alışverişçi hareketliliği üzerinde pozitif etkisi vardır.

Araştırmanın hipotezi, mağaza imajının alışverişçi hareketliliği üzerindeki etkisinin pozitif yönlü olduğudur. Burada bağımlı değişken alışverişçi hareketliliği; bağımsız değişken ise mağaza imajıdır. 18 maddeli olarak incelenen mağaza imajı sınıflandırılarak içsel değişken (endogenous – latent); 4 maddeli olarak incelenen alışverişçi hareketliliği ise dışsal değişken (exogenous – latent) olarak ele alınmıştır. Yapısal eşitlik modellemesinin tercih edilme nedeni ikinci düzeyde bir sınıflandırma yapılmak istenmesidir.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

### Pilot Çalışma

Temel araştırma yapılmadan önce, örnekleme dahil olan 35 kişiye tasarlanan anket formu bir pilot araştırma dahilinde uygulanmıştır. Burada amaç, anket formunun anlaşılabilirliğini test etmek ve anket formunun ifade, anlam ve içerik açısından doğru bir çerçeveyi yansıtır yansıtmadığını açığa kavuşturmaktır. Pilot çalışma sonucunda anket formuna son şekli verilmiştir.

### Katılımcı Profili

Araştırmaya katılan cevaplayıcılara ilişkin özellikler aşağıdaki Tablo 2’de verilmektedir. Kadınların sayısı 201’dir (% 51,53). Cevaplayıcıların yaş dağılımı incelendiğinde 21-30 yaş aralığındaki cevaplayıcıların ağırlıkta olduğu görülmektedir (% 55,12). Araştırmaya katılanların 283’ü çalışmakta ve bu çalışanlar yaklaşık olarak eşit oranlarda kamu sektöründe ve özel sektörde çalışmaktadır (% 42,7 - % 42,9). Cevaplayıcıların büyük çoğunluğu üniversite mezunlarından (% 63,58) ve bekar kişilerden oluşmaktadır (% 54,11). Cevaplayıcıların gelir durumu incelendiğinde, 2001-3000 TL arasında gelire sahip olanlar ağırlıktadır (% 36,66). Cevaplayıcıların giyim alışverişlerini bir aydan daha uzun sürelerde (% 38,20) ve giyim alışverişini daha çok mağazalardan yaptıkları görülmektedir (% 85,4). Mağazadan alışveriş yapanların büyük çoğunluğu alışverişlerini alışveriş merkezlerinden yapmaktadır (% 67,9). Cevaplayıcılar giyim alışverişlerinde ödeme yöntemi olarak ağırlıklı olarak kredi kartını tercih etmektedirler (% 70,51). Cevaplayıcıların alışveriş yeri tercihinde tavsiye aldıkları (% 68,46) ve tavsiyelerde buldukları (% 83,33) görülmektedir. Cevaplayıcılar, bir mağazayı değiştirmede en önemli nedeni ürün/hizmet çeşitliliği ve kalitesinin yetersizliği olarak ifade etmişlerdir (% 39,6).

**Tablo 2: Cevaplayıcılara İlişkin Özellikler**

Cinsiyet	n	Yüzde	Alışveriş Yeri Tercihi	n	Yüzde
Erkek	189	48,46	Mağazadan Alışveriş	333	85,4
Kadın	201	51,53	Online alışveriş	57	14,6
<b>Toplam</b>	<b>390</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>390</b>	<b>100</b>
Yaş	n	Yüzde	Alışveriş Yeri Online	n	Yüzde
21-30	215	55,12	Web Siteleri	35	61,4
31-40	89	22,82	Mobil Uygulama	22	38,6
41-50	56	14,35	<b>Toplam</b>	<b>57</b>	<b>100</b>
51-60	30	7,68	<b>Alışveriş Yeri Mağazadan</b>	<b>n</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Toplam</b>	<b>390</b>	<b>100</b>	<b>Alışveriş Merkezleri</b>	<b>265</b>	<b>67,9</b>
Çalışma Durumu	n	Yüzde	Kapalı veya Açık Çarşı	n	Yüzde
Çalışıyorum	284	72,8	Perakende Mağaza	26	7,8
Çalışmıyorum	106	27,2	<b>Toplam</b>	<b>333</b>	<b>100</b>
<b>Toplam</b>	<b>390</b>	<b>100</b>	<b>Ödeme Yöntemi Tercihi</b>	<b>n</b>	<b>Yüzde</b>
Sektör Dağılımı	n	Yüzde	Kredi Kartı(Banka Kartı da dahil)	n	Yüzde
Kamu Sektörü	134	42,7	Nakit	108	27,69
Özel Sektör	136	42,9	Diğer	7	1,79
Kendi İşi	14	4,9	<b>Toplam</b>	<b>390</b>	<b>100</b>
<b>Toplam</b>	<b>284</b>	<b>100</b>	<b>Alışveriş Yeri Tavsiye Alma</b>	<b>n</b>	<b>Yüzde</b>
Eğitim Durumu	n	Yüzde	Evet	n	Yüzde
İlköğretim	7	1,79	Hayır	123	31,53
Ortaöğretim	8	2,05	<b>Toplam</b>	<b>390</b>	<b>100</b>
Lise	79	20,25	<b>Alışveriş Yeri Tavsiye Verme</b>	<b>n</b>	<b>Yüzde</b>
Üniversite	248	63,58	Evet	325	83,33
Lisansüstü	48	12,30	Hayır	65	16,66
<b>Toplam</b>	<b>390</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>390</b>	<b>100</b>
Medeni Durum	n	Yüzde	Alışveriş Yeri Değiştirme/Bırakma	n	Yüzde
Bekar	211	54,11	Evet	351	90
Evli	179	45,89	Hayır	39	10
<b>Toplam</b>	<b>390</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>390</b>	<b>100</b>
Gelir Durumu	n	Yüzde	Alışveriş Yeri Değiştirme/Bırakma Nedeni	n	Yüzde
1000 TL ve daha az	61	15,64	Mağazanın kötü bir üne sahip olması	13	3,7
1001-2000	102	26,15	Mağaza atmosferinin hoş olmaması	6	1,7
2001-3000	143	36,66	Ürün/hizmet çeşitliliği ve kalitesinin yetersizliği	139	39,6
3001-4000	39	10	Satış personeli davranışı	49	14,0
4001-5000	29	7,4	Mağaza düzeninin uygun olmaması	13	3,7
5001-6000	11	2,8	Mağazanın yerinin uygun olmaması	6	1,7
6001-7000	4	1,02	Fiyatların uygun olmaması	120	34,2
7001 TL ve üzeri	1	0,25	Diğer	5	1,4

Tablo 2: (Devamı)

Cinsiyet	n	Yüzde	Alışveriş Yeri Tercihi	n	Yüzde
<b>Toplam</b>	390	100	<b>Toplam</b>	351	100
<b>Alışveriş Sıklığı</b>	<b>n</b>	<b>Yüzde</b>			
Haftada bir kez	14	3,58			
Haftada iki kez	8	2,05			
Bir haftada iki kereden fazla	5	1,28			
Ayda bir kez	115	29,48			
Ayda iki kez	59	15,12			
Bir ayda iki kereden fazla	40	10,25			
Daha uzun sürelerde	149	38,20			
<b>Toplam</b>	390	100			

### Araştırma Modelinin Test Edilmesi

Mağaza imajının alışverişçi hareketliliğine etkisinin araştırıldığı bu çalışmada; araştırma modelinin test edilmesi üç aşamalı gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada ilgili ölçeklerin literatürde genel kabul görmüş şekillerinin geçerli olup olmadığı test edilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi yöntemi ile modelde kullanılan toplam 22 ifadenin kendi dâhil oldukları ölçeklerde yer alıp almadıkları kontrol edilmiştir. Asal bileşenler tekniği, varimax rotasyonu ve özdeğerlerin 1'den büyük olma kriterlerine göre yapılan açıklayıcı faktör analizi neticesinde beklediği gibi 22 ifade 5 faktör içerisinde ve kendi ölçeklerinde gruplanmıştır. Faktör analizi neticesinde elde edilen gruplar fiyat/değer, ürün/hizmet çeşitliliği ve kalitesi, satış personeli, mağaza atmosferi ve alışverişçi hareketliliği faktörlerinden oluşmuştur. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ölçümü örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir (0,891). Barlett Küresellik testi sonuçları da ölçek soruları için faktör analizinin kullanılabilmesini göstermektedir ( $X^2 = 2749,087$ ;  $p = 0,000$ ). Bu sonuçlar modeli test etmek için ikinci aşamaya geçilmesi için yeterlidir.

**Tablo 3: Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

İfadeler	Faktörler					
	İfadelere İlişkin Kodlar	Ürün/hizmet Çeşitliliği ve Kalitesi	Fiyat/Değer	Satış Personeli	Mağaza Atmosferi	Alışverişçi Hareketliliği
Mağaza içi yerleşim planının düzenli olması alışveriş yapmamı kolaylaştırır.	atms3				0,645	
Mağazanın genelinin temiz ve bakımlı olması daha fazla ürün satın almam konusunda beni motive eder.	atms4				0,688	
Mağaza içinde güzel kokuların olması mağazada daha fazla zaman geçirmemi sağlar.	atms5				0,713	
Mağaza içi aydınlatmanın yeterli düzeyde olmasını tercih ederim.	atms6				0,697	
Alışveriş yapacağım mağazadaki satış personelinin müşteriye hızlı hizmet sağlamasını isterim.	satisper9			0,708		
Satış personelinin müşteriye karşı her zaman kibar ve güler yüzlü olmasını isterim.	satisper10			0,479		
Mağazadaki satış personelinin temiz ve bakımlı olması benim için önemlidir.	satisper11			0,579		
Satış personelinin bilgisinin yeterli olması benim için önemlidir.	satisper12			0,724		
Satış personelinin, müşterinin ihtiyaçlarını anlamasını ve müşteriye yardımcı olmasını isterim.	satisper13			0,644		
Alışveriş yapacağım mağazada fiyatların genel olarak benim için uygun olmasını isterim.	fiyat14		0,558			
Alışveriş yapacağım mağazadaki kaliteli ürünleri uygun fiyata alabilmeliyim.	fiyat15		0,739			
Alışveriş yapacağım mağazadaki indirim ve promosyonlar benim için önemlidir.	fiyat16		0,726			
Alışveriş yapacağım mağaza genelinde uygun fiyatlı ürün ve hizmetleri almak isterim.	fiyat17		0,783			
Yaptığım alışveriş sonrasında paramın karşılığını aldığımı düşünmek isterim.	fiyat18		0,533			
Alışveriş yapacağım mağazanın ürün çeşitliliğinin geniş olmasını isterim.	ürün19	0,683				
Alışveriş yapacağım mağazada satılan ürünlerin kaliteli olmasını isterim.	ürün20	0,624				
Alışveriş yapacağım mağazada aradığım ürünlerin yanı sıra yeni ürünleri de kolayca bulmak isterim.	ürün22	0,636				



Tablo 3: (Devamı)

İfadeler	Faktörler					
	İfadelere İlişkin Kodlar	Ürün/hizmet Çeşitliliği ve Kalitesi	Fiyat/Değer	Satış Personeli	Mağaza Atmosferi	Alışverişçi Hareketliliği
Müşterilerin çeşitli ihtiyaçları (sosyal alan, WC, dinlenme alanları) için gerekli hizmetin sağlanması benim için önemlidir.	ürün23	0,526				
Alışveriş yapacağım mağazanın diğer mağazalara yakın olmasını tercih ederim.	hareketlilik27					0,735
Alışveriş yapacağım mağazanın yerleşim yerlerine yakın olmasını isterim.	hareketlilik28					0,657
Tercih ettiğim mağazanın diğer mağazalara olan uzaklığı benim için önemlidir.	hareketlilik29					0,796
Alışverişimi en hızlı sürede tamamlamak isterim.	hareketlilik30					0,544
Açıklanan varyans (%)		12,327	12,22	11,244	10,675	10,084
Özdeğerler		6,573	1,835	1,658	1,298	1,087
Cronbach Alfa		0,738	0,786	0,763	0,706	0,699

KMO= 0,891; p< 0,05, X<sup>2</sup> =2749,087; sd= 231, Kümülatif Varyans: 56,55; Anketin genel tutarlılığı (Cronbach Alfa) =0,874

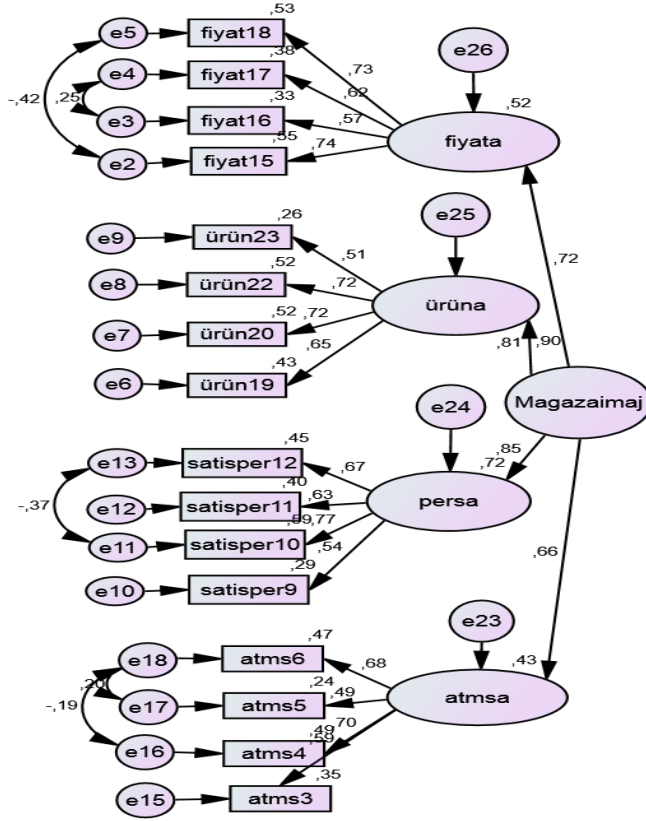
Çalışmada ayrıca verilerin basıklık ve çarpıklık değerleri incelenmiş ve verilerin normal dağılıma sahip olduğu görülmüştür. Faktörlerin basıklık ve çarpıklık değerleri sırasıyla şu şekildedir: Fiyat/değer faktörü (çarpıklık= ,175; basıklık= -,708), ürün/hizmet çeşitliliği ve kalitesi faktörü (çarpıklık= -,194; basıklık= -,215), satış personeli faktörü (çarpıklık= ,203; basıklık= ,055), mağaza atmosferi faktörü (çarpıklık= -,585; basıklık= ,150). Basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1,5 ve +1,5 arasında olması gerekmektedir (Tabachnick ve Fidel, 2012). Bu değerler, gerekli sınırlar içerisinde.

İkinci aşamada, AMOS 23 yazılımı ile ölçüm modeline doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Kullanılan temel kriterler uyum indeksleri (GFI, AGFI, CFI, NFI), RMSEA, RMR değerleri ve X<sup>2</sup>/df oranıdır. Literatürde genel kabul edilen sınırlar, X<sup>2</sup>/df ≤ 3; GFI > 0,90; AGFI > 0,90; CFI > 0,90; 0,05 < RMSEA < 0,08; 0 < RMR < 1 (Baumgartner ve Homburg, 1996; Iacobucci, 2010; Weston ve Gore, 2006). Ölçüm modeline yapılan doğrulayıcı faktör analizi neticesinde X<sup>2</sup>/df = 5,674; GFI=0,806; AGFI=0,754; NFI=0,664; CFI=0,703; RMSEA=0,110; RMR=0,135 bulunmuştur. Programın önerdiği bazı düzeltme indeksleri bulunmaktadır. Bu doğrultuda ifade eleme yöntemi kullanılmış ve bazı ifadeler arası kovaryanslar oluşturulmuştur. İfade eleme yöntemiyle “fiyat14” kodlu

“alışveriş yapacağım mağazada fiyatların genel olarak benim için uygun olmasını isterim” ve “satisper13” kodlu “satış personelinin, müşterinin ihtiyaçlarını anlamasını ve müşteriye yardımcı olmasını isterim” ifadeleri analiz dışında tutulmuştur. Bu sayede daha geçerli bir yapı ortaya konulmuştur. Yapılan iyileştirmeler sonrası ölçüm modeline tekrar doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Elde edilen değerler iyi bir uyumun olduğunu göstermektedir ( $X^2/df = 2,025$ ;  $GFI = 0,937$ ;  $AGFI = 0,910$ ;  $NFI = 0,894$ ;  $CFI = 0,943$ ;  $RMSEA = 0,051$ ;  $RMR = 0,028$ ).

Çalışmanın temel amaçlarından biri de temel hedef yapıları tahminlemek ve tanımlamaktır. Bu çalışmada mağaza imajı boyutları içeriklerine göre sınıflandırılarak dört temel faktör içerisinde incelenmiştir. İlk grup mağaza atmosferi grubundan, ikincisi satış personeli grubundan, üçüncüsü fiyat/değer grubundan ve son grup ise ürün/hizmet çeşitliliği ve kalitesi grubundan oluşmaktadır. Ölçüm değişkenleri incelendiğinde yansıtıcı (reflective) bir yapı kurgulanmıştır. Bu kavramsallaştırmanın temel nedeni bir mağazanın imajının oluşturulmasında/geliştirilmesinde mağaza atmosferi (atmsa), satış personeli (persa), fiyat/değer (fiyata) ve ürün/hizmet çeşitliliği ve kalitesinin (ürüne) önemli olmasıdır. Bu aşamada mağaza imajı modelinin geçerliliği doğrulayıcı faktör analizi ile ilk düzey (first-order) ve ikinci düzey (second order) olarak test edilmiştir. Yapılan analizler neticesinde bu iki düzey analizin uyum indeksleri kabul edilebilir sınırlar içindedir. Bu durumda ikinci düzey (second-order) analiz tercih edilmiştir ( $X^2/df = 2,03$ ;  $GFI = 0,943$ ;  $AGFI = 0,918$ ;  $NFI = 0,899$ ;  $CFI = 0,945$ ;  $RMSEA = 0,051$ ;  $RMR = 0,028$ ).

Şekil 2: Mağaza İmajı Ölçeğinin İkinci Düzey (Second-Order) Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları



Faktörlerin gizil değişkendeki standart çözümlerine bakıldığında 0,66 ile 0,90 arasında değiştiği görülmektedir. Faktörlerin gizil değişkendeki önemleri ortaya çıkmış olmaktadır. Standart çözümlerden sonra faktörler ve maddeler arasındaki t değerlerine bakılmıştır. Faktörlerdeki maddelerin t değerlerinin 0.05 düzeyinde anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır. Şekil 2’de görüldüğü üzere yapılan ikinci düzey (second-order) doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, tanımlanan faktörlerin mağaza imajı örtük değişkenini anlamlı bir biçimde açıkladığı görülmüştür.

Yapıların ölçek güvenilirliği ile bileşik güvenilirlik değerleri de hesaplanmıştır. Güvenilirlik ölçütü olan bileşik güvenilirlik değerinin 0,60’ın üzerinde olması istenir (Bagozzi ve Yi,1988:80). Yapıların bileşik güvenilirlik değerleri 0,71 ile 0,76 arasındadır. Aşağıdaki Tablo 4’de yapıların içsel tutarlılık, ortalamalar ve bileşik güvenilirlik değerleri görülmektedir. Ölçüm modelinin katsayılarının kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu, dolayısıyla ölçüm modelinin güvenilir ve geçerli olduğu ifade edilebilir.

**Tablo 4: Ölçüm Modeli Değerleri**

	İçsel Tutarlılık	Ortalama	Bileşik Güvenilirlik
Ürün/Hizmet Çeşitliliği ve Kalitesi	0,738	4,40	0,750
Mağaza Atmosferi	0,706	4,11	0,713
Fiyat/değer	0,755	4,54	0,761
Satış Personeli	0,717	4,35	0,748
Alışverişçi Hareketliliği	0,699	3,90	0,723

Aşağıda Tablo 5’de 0,01 anlamlılık düzeyinde egzojen değişkenler arasındaki korelasyonun 0,70 değerinin altında olduğu görülmektedir. Bu sonuç değişkenler arasında ayırt edici geçerliliğin bulunduğunu göstermektedir. Bu nedenle ikinci düzey (second-order) bir doğrulayıcı faktör analizi tercih edilmiştir.

**Tablo 5: Korelasyon Değerleri Tablosu**

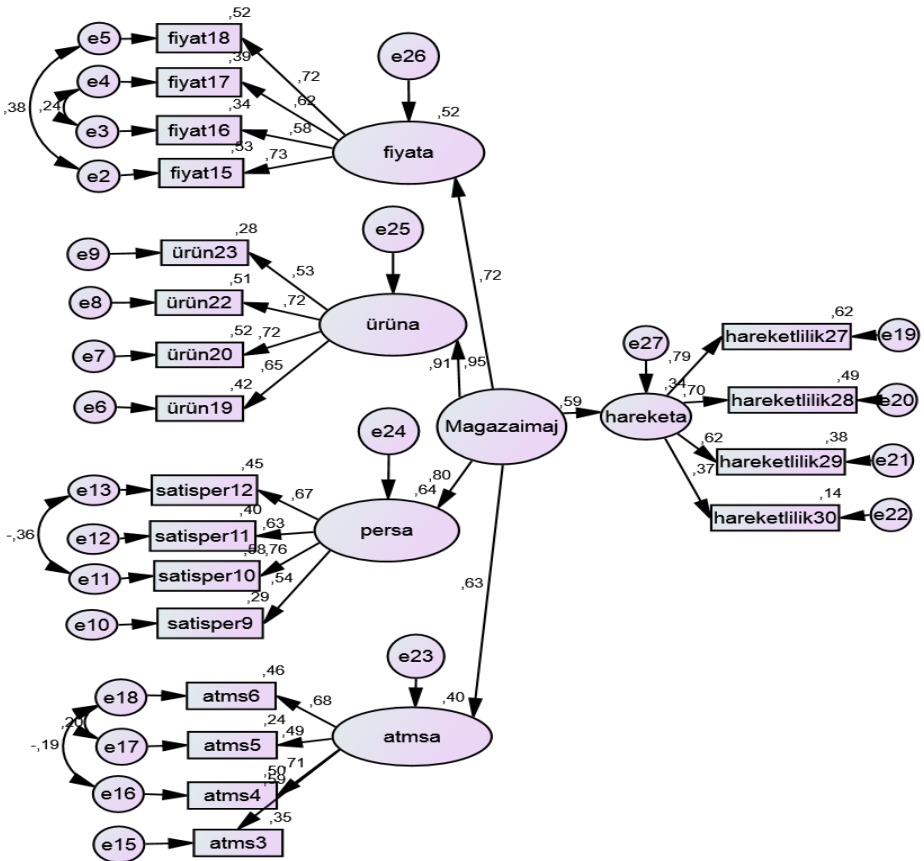
		Mağaza Atmosferi	Satış Personeli	Fiyat/Değer	Ürün/hizmet Çeşitliliği ve Kalitesi
<b>Mağaza Atmosferi</b>	Pearson Correlation	1	,462(**)	,313(**)	,402(**)
	Sig. (2-tailed)		0	0	0
	n	390	390	390	390
<b>Satış Personeli</b>	Pearson Correlation	,462(**)	1	,451(**)	,545(**)
	Sig. (2-tailed)	0		0	0
	n	390	390	390	390
<b>Fiyat/değer</b>	Pearson Correlation	,313(**)	,451(**)	1	,500(**)
	Sig. (2-tailed)	0	0		0
	n	390	390	390	390
<b>Ürün/hizmet Çeşitliliği ve Kalitesi</b>	Pearson Correlation	,402(**)	,545(**)	,500(**)	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	
	n	390	390	390	390

Üçüncü aşamada mağaza imajının alışverişçi hareketliliği üzerindeki etkileri yapısal eşitlik modeli ile test edilmeye çalışılmıştır. Tablo 6’da uyum iyiliği değerlerine bakıldığında modelin bir bütün olarak iyi bir uyuma sahip olduğu görülmekte ve bulgular yapısal modelin kabul edilebilirliğini desteklemektedir.

**Tablo 6: Modelin Uyum İyiliği Değerleri**

	n	X <sup>2</sup> /df	CFI	GFI	RMSEA	RMR	AGFI	NFI
Önerilen Model	20	1,934	0,933	0,925	0,049	0,035	0,902	0,872

Yapısal modelde yer alan parametreleri gösteren AMOS çıktısı aşağıdaki Şekil 3'de görülmektedir. Modelde alışverişçi hareketliliği dışsal gizil değişkenindeki değişimin yaklaşık %34'ünün modele dâhil ettiğimiz mağaza imajını oluşturan gizil değişkenler tarafından açıklandığı görülmektedir.

**Şekil 3: Yapısal Modelin Parametre Değerleri**

Aşağıda Tablo 7'de yapısal eşitlik modelinin parametre değerleri görülmektedir. Modele ilişkin p değerleri ve t değerleri incelendiğinde, mağaza imajını oluşturan değişkenler ile mağaza imajı arasındaki ilişkinin ve mağaza imajı ile alışverişçi hareketliliği arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu söylenebilir.

**Tablo 7:** Yapısal Modelin Regresyon Katsayıları

Gizil Değişkenler Arası İlişkiler	Regresyon Katsayıları	St. Tahmin	St. Hata	Kritik değer (t değeri)	P
Mağaza atmosferi ← Mağaza imajı	0,631	,289	,038	7,590	***
Satış personeli ← Mağaza imajı	0,801	,360	,040	9,030	***
Fiyat/Değer ← Mağaza imajı	0,722	,365	,034	10,791	***
Ürün/Hizmet Çeşitliliği ve Kalitesi ← Mağaza imajı	0,955	,480	,039	12,332	***
Mağaza imajı → Alışverişçi hareketliliği	0,586	,454	,049	9,283	***

Yapısal modelde bağımsız değişken durumunda olan içsel gizil değişkenler mağaza atmosferi, satış personeli, fiyat/değer, ürün/hizmet çeşitliliği ve kalitesi iken; bağımlı değişken durumunda olan dışsal gizil değişken alışverişçi hareketliliğidir. Gizil değişkenler arasındaki yön okları ise standartize regresyon katsayılarını diğer bir ifadeyle bağımsız değişkendeki bir birimlik değişimin bağımlı değişkende ne kadar standart birimlik bir değişmeye neden olacağını açıklamaktadır. Modele ilişkin sonuçlar incelendiğinde, mağaza imajı ile mağaza imajını oluşturan ürün/hizmet çeşitliliği ve kalitesi (0,955) ile satış personeli (0,801) faktörleri arasındaki ilişkinin gücü, mağaza imajı ile fiyat/değer (0,722) ve mağaza atmosferi faktörleri arasındaki (0,631) ilişki gücünden daha fazladır. Bu 4 faktör, mağaza imajının oluşumuna/gelişimine katkıda bulunmakta, mağaza imajı da alışverişçi hareketliliğini etkilemektedir. Yapısal modelde mağaza imajının alışverişçi hareketliliğini 0,59 oranında etkilediği görülmektedir. Mağaza imajındaki bir birimlik artış, alışverişçi hareketliliğinde 0,59 standart birimlik bir artış meydana getirir. Dolayısıyla araştırmada kurgulanan hipotez kabul edilmiştir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın amacı mağaza imajının ve mağaza imajını oluşturan değişkenlerin alışverişçi hareketliliğine etkisini ortaya koymaktır. Bu çalışmada kullanılan model oluşturulurken, yapılan literatür taraması sonucu mağaza imajının alışverişçilerin hareketliliklerinde önemli yer tuttuğu, tüketicilerin alışveriş yapacakları mağazaları seçerken özellikle zihinlerinde oluşan mağazanın imajının etkili olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda mağaza imajı, ikinci düzey doğrulayıcı faktör analizi bağlamında mağaza atmosferi, ürün/hizmet çeşitliliği ve kalitesi, fiyat/değer ve satış personeli boyutları altında ele alınmış ve yapısal eşitlik modellemesi sonucunda bu boyutların alışverişçi hareketliliği üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Çalışmanın iki

ana bulgusu vardır. İlki, mağaza imajının boyutlandırılması, ikincisi ise mağaza imajının alışverişçi hareketliliği üzerindeki etki düzeyidir. Literatürde mağaza imajı ile alışverişçi hareketliliği arasındaki ilişkinin varlığı (Rhee ve Bell, 2002; Anic ve Radas, 2016; Luceri ve Latusi, 2016) bu çalışmada da ortaya konulmuştur. Yönetim açısından değerlendirmeler de mağaza imajının dört boyutuna ilişkin yapılabilir.

Bu çalışmadan elde edilen sonuçlar, ilgili literatürle karşılaştırıldığında bazı benzerlik ve farklılıkları içermektedir. Örneğin Rhee ve Bell (2002) araştırmalarında, bu çalışmadan elde edilen sonuçtan farklı olarak fiyat seviyelerindeki geçici değişikliklerin hareketlilik üzerinde herhangi bir gerçek etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Çalışmalarındaki bulgular, alışverişçilerin fiyat değişiklikleri temelinde bazı hareketlilikte buldukları ancak bu hareketlilikler sonucu sürekli kullanılan veya tercih edilen mağazadan herhangi bir kalıcı değişiklik sağlamadığı yönündedir. Fiyat ve promosyonların alışverişçi hareketliliğiyle ilgisini konu alan bir başka çalışmada ise, Anic ve Radas (2016) fiyat promosyonlarının alışverişçilerin hareketliliğinde belirleyici bir rol oynayabileceği hipotezini oluşturmuş ve test etmiştir. Buldukları sonuçlar ürünlerin fiyatlarının alışverişçilerin hareketliliklerinde etkili olduğu yönünde olup, bu çalışmadan elde edilen sonuçları desteklemektedir. Alışverişçiler alışveriş yaparken, genellikle ürün fiyatları ve promosyonlarını dikkate almaktadırlar. Perakendecilerin alışverişçileri bilgilendirmek amacıyla uyguladığı televizyon reklamları, e-mail reklamları, broşürler ve tanıtım kağıtları gibi pazarlama amaçlı fiyat ve promosyonlarını takip eden alışverişçiler, alışveriş yapacakları yerleri buna göre seçmektedirler. Ayrıca alışverişçiler, alışverişlerini en kârlı şekilde gerçekleştirmek istemektedirler. Ürün veya hizmet için ödedikleri ücretin karşılığını alıp tatmin olmuş şekilde alışverişlerini sonlandırmak isterler. Fiyat/kalite açısından başarılı sonuçlar ortaya koyabilen perakendeciler, alışverişçilerin zihinlerinde farklı bir konuma sahip olabilecektir.

Bu çalışmadan elde edilen bir diğer sonuç mağaza atmosferi faktörünün alışverişçi hareketliliği üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğudur. Literatürde mağaza atmosferinin alışverişçilerin tercihlerini ve kararlarını etkilediğini, mağaza değiştirme ya da kullandığı mağazayı bırakma ihtimalini oluşturduğunu dolayısıyla alışverişçilerin hareketliliğine bir etki ettiğini görmek mümkündür. Örneğin, Oğuz ve Gürdal, (2017) çalışmalarında, mağazada oluşturulmuş iyi atmosferin tüketicilerin alışveriş davranışında kritik bir rol oynadığını ifade etmişlerdir. Mağaza atmosferinin alışveriş yeri seçiminde tüketicilere yol gösteren bir yapısı olduğunu, tüketicilerin mağaza atmosferinden memnun kalmadıklarında kullandıkları perakende mağazaları değiştirme yoluna gittiklerini ileri sürmüşlerdir. Mağaza atmosferinin alışverişçilerin alışverişlerini en rahat



şekilde yapabilecek şekilde oluşturulması, mağaza imajının gelişimine katkıda bulunur. Buna göre mağaza içi raf ve reyon düzenlemelerinin müşterilere uygun gelecek şekilde yapılması, mağaza içi temizliğe önem verilmesi, aydınlatmanın yeterli olması ve mağaza içi kokuların kullanılmasının mağaza atmosferi anlamında mağaza imajının gelişimine katkısı olacağı unutulmamalıdır.

Bu çalışmada ayrıca satış personeli değişkeninin de alışverişçi hareketliliği üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Literatürde satış personeli üzerine yapılan çalışmalar, alışverişçi hareketliliği çerçevesinde yeterince incelenmemiştir. Ancak bazı çalışmalar alışverişçi hareketliliğine paralel olarak değerlendirilebilmektedir. Örneğin, Reynolds ve Arnold, (2000) alışveriş yapan müşterilerin, satış personeline olan bağlılığı sayesinde alışveriş yeri seçimindeki alternatifleri ortadan kaldırdıklarını göstermişlerdir. Aynı zamanda mağaza düzeyindeki satış sonuçlarını üzerinde güçlü ve olumlu bir etki yarattığını ileri sürmüşlerdir. Güler (2009) ise tüketicinin hizmet veren bir perakendeciye yönelik algılarını ve bağımlılığını ölçmek adına yaptığı çalışmada hizmet veren personelin tüketiciye olan yaklaşımlarının, tüketicinin zihnindeki değer algılarını etkilediğini ve perakendeci tercihinde tüketiciye yardımcı olduğunu vurgulamıştır. Satış personelinin uygun davranışları (hızlı, ilgili vb.), temizliği, görünüşü gibi unsurlar alışverişçilerin alışveriş yaptıkları ortamlarda kendilerini daha rahat hissetmelerini sağlar ve alışveriş yapmalarını kolaylaştırır. Olumlu mağaza atmosferine sahip olan ve aynı zamanda gerekli yetkinliğe sahip satış personeli çalıştıran perakende mağazasının imajı gelişir ve tüm bunlar alışverişçilerin hareketliliklerinde etkili olabilir.

Bu çalışmada ürün/hizmet çeşitliliğinin ve kalitesinin alışverişçi hareketliliği üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Tüketiciler alışveriş yapacakları yeri seçerken aradıkları ürünü bulmak hatta aynı ürünün farklı seçeneklerini bulmak istemektedirler. Satın almak istedikleri ürünleri bulabilmek için çeşitli alternatif mağaza arayışı içine girmektedirler. Bu da onların bir hareketlilikte bulunmalarını sağlar. Miller vd., (2010) çalışmalarında bu savı destekler nitelikte perakendeciler için ürün çeşitliliğinin ve satılacak olan ürünlerin seçiminin önemli bir karar olduğunu belirtmişlerdir. Tüketicilerin istekleri doğrultusunda onlara cevap verebilecek ürün çeşitliliği sağlanmasının perakendeci için gerekliliğine vurgu yapmışlardır. Briesch vd., (2009) ise ürün çeşitliliği faktörünün tüketicilerin mağaza seçiminde etkili olduğunu göstermişlerdir. Çalışmada daha fazla marka ve çeşide sahip olan perakendecinin, tüketiciler tarafından tercih edilme olasılığının daha yüksek olduğu belirtilmiştir. Perakende işletmeler, müşterilere yeterli düzeyde yararlar sunan kaliteli ürün/hizmetler sunmalıdırlar. Alışverişçi hareketliliği sonrasında müşteri kaybını önlemek isteyen perakendeciler, müşteri sadakatini ve müşte-

ri tatminini en yüksek seviyede tutarak alışverişçilerin ilk aklına gelen ve her zaman tercih ettikleri perakendeci olmak istemektedirler. Bunu başarabilmek adına alışverişçilerin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda perakendecilerin ürün çeşitliliğini ve hizmet kalitesini arttırmaları gereklidir. Perakendecilerin müşterilerden aldıkları geri bildirimler, ürün iadeleri, istek ve şikâyetler doğrultusunda oluşturacakları bir pazarlama stratejisi, rakiplerine göre bir rekabet avantajı sağlayabilir.

Bu araştırmayla birlikte ortaya konan sonuçlar doğrultusunda, literatürde fazla yer almayan alışverişçi hareketliliği kavramının önemine bir kez daha vurgu yapılmıştır. Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmada da bazı kısıtlar bulunmaktadır. Zaman, maliyet ve araştırmanın sadece Bursa ilini kapsamı araştırmanın başlıca kısıtlarını oluşturmaktadır. Gelecekte yapılacak olan çalışmalarda ülkeler arası karşılaştırmalar da yapılabilir. Aynı zamanda sonraki çalışmalarda alışverişçi hareketliliğine etki edebilecek başka değişkenler seçilerek alışverişçi hareketliliğinin nedenlerine yönelik kapsamlı çalışmalar yapılabilir. Gelecekte yapılacak olan çalışmalarda alışverişçi hareketliliğine etki edebilecek olan perakendecilerin pazarlama çalışmaları, rakiplerin davranışları, kültürel etkiler, reklam ve konumlandırma çalışmaları, katılımcıların demografik özellikleri gibi diğer değişkenlerin de modele eklenmesi ile modelin açıklama gücü artabilir. Beğenmeli bir ürün olan giyim ürünlerine yönelik yapılan bu çalışma farklı ürün grupları için de yapılabilir, farklı analizler ve sonuçlar elde edilebilir. Ayrıca teknolojinin giderek artmasıyla birlikte, alışverişlerin online olarak yapılmaya başlanması perakendecilerin online satış konusunda radikal kararlar almalarına ve online satış yapmaya yönelmelerine neden olabilmektedir. Bu nedenle, online alışverişçi hareketliliğinin analiz edilmesi; web siteleri, mobil uygulamaları vb. çerçevesinde alışverişçilerin hareketliliklerine sebep olan değişkenlerin belirlenmesi perakendecilerin rakipleri üzerinde rekabet avantajı sağlamalarına katkıda bulunacaktır.

## KAYNAKÇA

- Aldershof, T. L., Schut, E., Beck, K., Greß, S., Shmueli, A., Voorde, C. V. D. (2004). Consumer Mobility in Social Health Insurance Markets: A Five-Country Comparison. *Applied Health Economics and Health Policy*, 4 (3), 229-241.
- Anic, I.D., Radas, S. (2016). Boundaries For The Retail Geographical Market and Factors Influencing Shoppers' Mobility. *The Journal of Consumer Affairs*, 50 (2), 315-341.
- Armstrong, G., Kotler, P. (2011). *Marketing An Introduction*. (10th Ed.), London: Pearson Inc.
- Aydın, K. (2013). *Perakende Yönetiminin Temelleri*. (4.Bs.). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bagozzi, R. P., Yi, Y. (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 16 (1), 74-94.
- Baumgartner, H., Homburg, C. (1996). Applications of Structural Equation Modeling in Marketing and Consumer Research: A Review. *International Journal of Research in Marketing*, 13 (2), 139-161.
- Bayçu, S., Arslan, F. M. (2012). *Mağaza Atmosferi*. Ed. Mine Oyman, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Belwal, R., Belwal, S. (2017). Factors Affecting Store Image and The Choice of Hypermarkets in Oman. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45 (6), 587-607.
- Beristain, J. J., Zorrilla, P. (2011). The Relationship Between Store Image and Store Brand Equity: A Conceptual Framework and Evidence From Hypermarkets. *Journal of Retailing And Consumer Services*, 18, 562-574.
- Berman, B., Evans, J. R. (2004). *Retail Management: A Strategic Approach*. (9th Ed.). Upper Saddle River, NJ : Pearson Practice Hall.
- Briesch, R. A., Chintagunta, P. K., Fox, E. J. (2009). How Does Assortment Affect Grocery Store Choice. *Journal of Marketing Research*, 46 (2), 176-189.
- Burt, S., Carraleroencinas, J. (2000). The Role of Store Image in Retail Internationalisation. *International Marketing Review*, 17 (4/5), 433-453.
- Chaiyasoonthorn, W., Suksa-Ngiam, W. (2011). Factors Influencing Store Patronage: A Study of Modern Retailers in Bangkok Thailand. *International Journal of Trade Economics and Finance*, 2 (6), 520-525.
- Darley, W. K., Lim, J. S. (1999). Effects of Store Image and Attitude Toward Secondhand Stores on Shopping Frequency and Distance Traveled. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 27 (8), 311-318.

- Delgado-Ballester, E., Hernandez-Espallardo, M., Rodriguez-Orejuela, A. (2014). Store Image Influences in Consumers' Perceptions of Store Brands: The Moderating Role of Value Consciousness. *European Journal of Marketing*, 48 (9/10), 1850-1869.
- Diallo, M. F. (2012). Effects of Store Image and Store Brand Price-Image on Store Brand Purchase Intention: Application to An Emerging Market. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19, 360-367.
- Dieleman, F. M., Dijst, M., Burghouwt, G. (2002). Urban Form and Travel Behaviour: Micro-Level Household Attributes and Residential Context. *Urban Studies*, 39 (3), 507-527.
- Doucé, L., Janssens, W., Leroi-Werelds, S., Streukens, S. (2016). What to Diffuse in a Gender-Specific Store? The Effect of Male and Female Perfumes on Customer Value and Behaviour. *Journal of Consumer Behaviour*, 15, 271-280.
- Erasmus, A. C., Grabowski, A. (2013). Female Customers' Expectation of the Service Offering and Their Perception of the Service Quality in an Emerging Clothing Market. *International Journal of Consumer Studies*, 37, 2-12.
- Erciş, A., Yılmaz, K., Ünal, S. (2008). Tüketicilerin Tercih Ettiği Süpermarkete Yönelik Algıları, Tatmin Duyguları ve Bağlılıkları Arasındaki Farklılıkların Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (2), 97-114.
- Grah, M., Tominc, P. (2015). Relationships Among Store Image and Store Loyalty in Slovenia. *Naše Gospodarstvo/Our Economy*, 61 (6), 28-37.
- Güler, E. G. (2009). Otel İşletmelerinde Değer Yaratma ve Müşteri Değeri Algılaması Üzerine Bir Araştırma: Edirne'deki Oteller Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20 (1), 61-76.
- Hsu, M. K., Huang, Y., Swanson, S. (2010). Grocery Store Image, Travel Distance, Satisfaction and Behavioral Intentions: Evidence From A Midwest College Town. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 38 (2), 115-132.
- Hussain, R., Ali, M. (2015). Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*, 7 (2), 35-43.
- Iacobucci, D. (2010). Structural Equations Modeling: Fit Indices, Sample Size, and Advanced Topics. *Journal of Consumer Psychology*, 20 (1), 90-98.
- Ingram, T. N., Raymond W. L., Thomas, W. L. (2002). Selling in the New Millennium: A Joint Agenda. *Industrial Marketing Management*, 31 (October), 559-606.

- Kaufmann, V. Bergman, M.M. and Joye D. (2004). Motility: Mobility as Capital. *International Journal of Urban and Regional Research*, 28(4), 745-756.
- Kesari, B., Atulkar, S. (2016). Satisfaction of Mall Shoppers: A Study on Perceived Utilitarian and Hedonic Shopping Values. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 31, 22-31.
- Kılıç, S. (2006). *Perakende Gıda İşletmelerinde Özel Markalı Ürünler ve Türkiye Açısından Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Koul, S., Mishra, H. G. (2013). Customer Perceptions For Store Attributes: A Study of Traditional Retail Stores in India. *Journal of Business & Economics*, 5 (1), 79-103.
- Kumar, V, Leone, Robert P. (1988) Measuring The Effect of Retail Store Promotions on Brand and Store Substitution. *Journal of Marketing Research (Jmr)*, 25 (2) , 178-185.
- Kurşunluoğlu, E. (2012). Mağazalı Perakendeciler ve Müşteri Servisleri. *Journal of Yasar University*, 4 (14), 2173-2184.
- Kurtuluş, M., Nakkas, A. (2011). Retail Assortment Planning Under Category Captainship. *Manufacturing & Service Operations Management*, 13 (1), 124-142.
- Külter, B. (2011). Mağaza Özelliklerinin Perakendeci Marka Tercihü Üzerindeki Etkisi. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (14), 164-182.
- Luceri, B., Latusi, S. (2016). The Cross-Shopping Behaviour: Patterns of Store Format Mobility in the Apparel Sector. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 44 (1), 89-104.
- Michel, G., Merk, M., Eroglu, S. (2015). Salesperson-Brand Relationship: Main Dimensions and Impact within the Context of Private Brand Retailing. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 35 (4), 314-333.
- Miller, C. M., Smith, S. A., McIntyre, S. H., Achabal, D. D., (2010). Optimizing and Evaluating Retail Assortments for Infrequently Purchased Products. *Journal of Retailing*, 86 (2), 159-171.
- Oğuz, V. G., Gürdal, S. (2017). Perakende Sektöründe Mağaza Atmosferinin Satış Personeli Performansı Üzerine Etkileri: Hazır Giyim Sektöründe Bir Araştırma. *International Journal of Academic Value Studies*, 3 (8), 41-54.
- Olson, E.M., Orville, C. W. Jr., Robert, V. R. (1995). Organizing for Effective New Product Development: The Moderating Role of Product/Service Innovativeness. *Journal of Marketing*, 59 (January), 48-62.

- Popkowski, L. P., Timmermans, H. (1997). Store-Switching Behavior. *Marketing Letters*, 8 (2), 193-204.
- Reynolds, K. E., Arnold, M. J. (2000). Customer Loyalty To The Salesperson and The Store: Examining Relationship Customers in An Upscale Retail Context. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 20 (2), 89-98.
- Rhee, H., Bell, D. R. (2002). The Inter-Store Mobility of Supermarket Shoppers. *Journal of Retailing*, 78, 225-237.
- Roy S., Ghosh, L. (2013). Understanding Apparel Store Image: A Scale Development Approach. *Journal of Services Research*, 13 (2), 53-70
- Steenkamp, J.-B., Wedel, M. (1991). Segmenting Retail Markets on Store Image Using A Consumer-Based Methodology. *Journal of Retailing*, 63 (3), 300-320.
- Suel, E. (2016) *Modelling the Relationship between Multi-Channel Retail and Personal Mobility Behaviour*, PhD Thesis, Imperial College, London.
- Sullivan, M., Adcock, D. (2002). *Retail Marketing*. London: Cengage Learning Emea.
- Survey System. (2018). Sample Size Calculator. 12.03.2018 tarihinde <https://www.surveysystem.com/sscalc.htm#one> adresinden erişildi.
- Tabachnick, B. G., Fidel, S. L. (2012). *Using Multivariate Statistics*. (6th Ed.). New Jersey: Pearson Inc.
- Tatlı, H. (2014). Market Müşterilerinin Tercihini Etkileyen Faktörler: Bingöl İli Örneği. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10 (1), 233- 252.
- Tek, Ö. B. (1984). *Perakende Pazarlama Yönetimi*. İzmir: Üçel Yayıncılık.
- Theodoridis, P. K., Chatzipanagiotou, K. C. (2009). Store Image Attributes and Customer Satisfaction Across Different Customer Profiles Within The Supermarket Sector in Greece. *European Journal of Marketing*, 43 (5/6), 708-734.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2018). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi. 01.01.2018 tarihinde [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1059](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059) adresinden erişildi.
- Turley, L. W., Milliman, R. E. (2000). Atmospheric Effects on Shopping Behavior: A Review of The Experimental Evidence. *Journal of Business Research*, 49, 193-211.
- Varinli, İ., Acar, N. (2011). Tüketicilerin Alışveriş Yaptıkları Mağazayı Değerlendirmelerinde Etkili Olan Faktörler ile Sadakat Arasındaki İlişki: Kayseri İlinde Yapılan Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12 (1), 97-114.

- Velde, M. V. D., Spierings, B. (2010). Consumer Mobility and the Communication of Difference. *Journal of Borderlands Studies*, 25 (3/4), 191-205.
- Verma, H. (2012). Measuring Store Image: An Emprical Study on Some Selected Apparel Retail Stores. *Amity Management Review*, 2 (2), 2-18.
- Vishag, B., Laverie, D. A. (2011). Brand Advocacy and Sales Effort By Retail Salespeople: Antecedents and Influence of Identification with Manufacturers' Brands. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 31 (2), 123-140.
- Weston, R., Gore, P.A. (2006). A Brief Guide to Structural Equation Modeling. *The Counseling Psychologist*, 34, 719-751.
- Whalen, B. (1985). Retail Customer Service: Marketing's Last Frontier. *Marketing News*, 16-18.





# İKİNCİ KONUT SAHIPLIĞINDE İTME VE ÇEKME FAKTÖRLERİ: EDREMIT ÖRNEĞİ<sup>1</sup>

## Push and Pull Factors in Secondary Home Ownership: Example of Edremit

Gönderim Tarihi: 25.10.2018

Kabul Tarihi: 21.11.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492922

**Cevdet AVCIKURT\***

**Cemali BUZLUKÇU\*\***

**Musa OFLAZ\*\*\***

**Talha Serdar SEZEN\*\*\*\***

**Ahmet KÖROĞLU\*\*\*\*\***

**Mehmet SARIOĞLAN\*\*\*\*\***

**Sebahattin KARAMAN\*\*\*\*\***

**ÖZ:** İtme Çekme Kuramı, birçok alanda araştırma konusu olmuş ve zaman içerisinde geliştirilmiştir. Kurama göre, hiçbir bağlam ve düzlemde mutlak itme ve mutlak çekme faktörü yoktur. İtme çekme faktörlerinin içeriğinin belirlenmesi birçok etkene bağlıdır. Turizm alanyazınında da genellikle bireylerin destinasyon tercihi üzerinde etki eden faktörlerin belirlenmesi amacıyla kullanılan bu kuram, itme faktörlerini, insanları seyahat etmeye

<sup>1</sup> Bu Çalışma Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından BAP 2017/151 Kodlu Proje ile Desteklenmiştir.

\* Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü/ Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, avcikurt@balikesir.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-9169-9763.

\*\* Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü/ Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, cemalibuzlukcu@balikesir.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0001-6207-5735.

\*\*\* Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü/ Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, musaoflaz@balikesir.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0001-8132-1081.

\*\*\*\* Arş. Gör., Balıkesir Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, serdarsezen@balikesir.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0001-8639-0107.

\*\*\*\*\* Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği Bölümü/ Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, akoroglu@balikesir.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-6694-4667.

\*\*\*\*\* Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, mehmet@balikesir.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0003-4343-1225.

\*\*\*\*\* Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Turizm Rehberliği Bölümü/ Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, skaraman@balikesir.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-0668-6707.

yönlendiren sosyo-psikolojik güdüler, çekme faktörlerini ise, bir destinasyonda bulunan özellikler ile insanları seyahat etmeye çeken bir güç olarak tanımlamaktadır. Türkiye’de özellikle yerli turistler tarafından tercih edilen ve tatil ve dinlenme amacıyla sınırlı bir zaman diliminde kullanılmak üzere kiralanılan veya satın alınan ikinci konutlar, turizm alan yazınında incelenmesi gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu araştırmanın amacı, ikinci konutların yoğunlukla görüldüğü Balıkesir ili Edremit ilçesinde ikinci konut sahibi olan bireylerin bu davranışlarının ardındaki itme ve çekme faktörlerini tespit etmektir. Bu doğrultuda yapılan araştırma sonucunda itici faktörler altında toplumsal etkileşim ve sağlık olmak üzere iki boyut tespit edilmiştir. Çekici faktörler altında ise doğal çekicilik, alışveriş imkânı, bölge değeri ve uygun ortam olmak üzere dört boyut ortaya çıktığı görülmektedir. Bu boyutlar ile katılımcıların demografik özellikleri ve bölgeye yönelik düşünceleri analiz edilmiştir. Ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda konuyla ilgili önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Edremit, İkinci Konut, İtme ve Çekme Faktörleri.

**ABSTRACT:** Push and Pull Theory has been researched and developed in many fields until today. According to the theory, there is no absolute push and absolute pull factor in any context and plane. Determination of the content of the push pull factors depends on many factors. This theory, which is also used in the tourism literature to determine the factors affecting the choice of destination of the individuals, defines the pushing factors as socio-psychological motives that lead people to travel, and pull factors as a force that attracts people to travel with the characteristics found in a destination. Turkey, especially domestic tourists by the preferred and holiday and recreation purpose of second homes received rented or purchased to be used in a limited period of time, another subject to be examined different aspects of the tourism literature constitute. The aim of this study is to determine the push and pull factors behind the behaviors of the second house owners in the Edremit district of Balıkesir, where the second houses are mostly seen. As a result of the research conducted in this direction, two dimensions, social interaction and health under driving factors, were determined. Under attractive factors, it is observed that there are four dimensions: natural attractiveness, shopping opportunity, region value and suitable environment. The demographic characteristics of the participants and their thoughts on the region were analyzed. Suggestions have been made on the subject in accordance with the results.

**Keywords:** Edremit, Secondary Homes, Push and Pull Factors.

## GİRİŞ

İkinci konutlar, tatil konutu, yazlık evler, yayla evi, dağ evi gibi isimlerle anılmakta, daimî yaşanan yerin dışında, büyük kente uzak veya yakın, kıyıları da, dağlık ya da kırsal alanlarda, manzara çekiciliği yüksek yerlerde yayılış göstermektedir (Emekli, 2014). Bu kavrama ilişkin birçok tanımlama olsa da bu araştırmada ikinci konutlar, kıyı kesimlerde yer alan ve bireylerin daimi olarak yaşadığı evleri dışında, boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla yılın belirli dönemlerinde kullandıkları konutları (yazlık ev) tanımlamak amacıyla kullanılmıştır.

İkinci konutların turistik faaliyetlerle yoğun ilişkileri bulunmaktadır. Türkiye’de ikinci konutlar turizmin gelişimine paralel olarak artış göstermiştir. 1960’lı yıllarda başlayıp 1980’li yıllardan itibaren özellikle yerli turistler tarafından büyük bir hızla artış gösteren ikinci konut edinme eğilimi, Akdeniz, Ege, Marmara ve Karadeniz’in kıyı kesimleri ve kırsal bölgelerine doğru bir turist akışına neden olmuştur. İkinci konut sayısında meydana gelen artış uygun politikalarla desteklendiği sürece gelişim gösterdiği bölgelere ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel katkılar sağlayabilir.

İkinci konutlar; sahipleri tarafından yılın belirli dönemlerinde, kısa süreli olmak üzere, turistik tesisler dışında tatil amaçlı kullanılan müstakil evler veya apartman daireleri olarak tanımlanmaktadır (Clout, 1972). İkinci konut kullanımını turistik faaliyetlerden ayrı değerlendirmek kolay değildir. Çünkü ikinci konut sahibi olan bireylerin sergiledikleri davranışlar, turizm ve turist tanımlarında bahsi geçen birçok özelliği karşılar niteliktedir. Öyle ki, ikinci konutların kullanımı rutin dışına çıkmayı yani kaçışı barındırır ve boş zaman aktiviteleri ile ilişkilendirilir. Aynı zamanda ikinci konut kullanımı belirli bir süre zarfında gerçekleşmektedir, yani devamlılık söz konusu değildir. Böylece bireylerin seyahat motivasyonları ile ikinci konut edinme motivasyonlarının benzer özellikler göstereceği söylenebilir. Buradan hareketle bu araştırma Edremit ilçesinde ikinci konut sahibi olan bireylerin bu bölgeyi seçmelerinin ardında yatan itme ve çekme faktörlerini tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç çerçevesinde bölgeyi tercih eden ikinci konut sahiplerinin demografik yapıları, ikinci konutlarını kullanma eğilimleri ve neden bu bölgeyi tercih ettikleri belirlenecek ve önerilerde bulunulacaktır.

## İLGİLİ ALANYAZIN

İnsanların, nereye ve neden seyahat ettikleri uzun yıllar boyunca merak edilmiş ve sosyoloji, antropoloji ve psikoloji gibi birçok alanda farklı araştırmacılar tarafından incelenmiştir (Cohen, 1972; Dann, 1977; Dann, 1981; Crampton, 1979). Birçok araştırmacı insanların seyahat etme nedenlerini araştırırken motivasyon kavramını temel etken olarak ele almışlardır. Motivasyon kavramı, uzun yıllardır üzerinde çalışılan ve sürekli gelişim gösteren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Motivasyon çalışmalarının temelinde genellikle ihtiyaç olgusu yatar. İhtiyaç, insanları güdüleyen ve harekete geçiren temel güç olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte insanların neye ihtiyaç duydukları ve bunları nasıl karşıladıklarının keşfedilmesi gerekmektedir (Pizam ve Mansfeld, 1999: 7). Motivasyon çalışmalarında sıklıkla referans gösterilen Maslow (1943)’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Modeli, motivasyon ve insan ihtiyaçları konusunda yapılmış ilk araştırmalardan biri olma özelliğine sahiptir. Buna

göre insan ihtiyaçları bir piramit şekliyle tasvir edilmiş ve aşağıdan yukarıya doğru; fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyacı, ait olma ve sevgi ihtiyacı, saygı ihtiyacı ile kendini gerçekleştirme ihtiyacı olarak sıralanmıştır. Modelin basamaklı olarak tasvir edilmesinin sebebi, bir ihtiyacın ancak önceki ihtiyacın tamamlanmasından sonra ortaya çıkacağı düşünülmesidir. İhtiyaçlar hiyerarşisi Maslow'un klinik psikoloji çalışmalarını temel alsa da işletme, yönetim organizasyon, pazarlama ve turizm gibi farklı alanlarda da kendine yer edinmiştir. Maslow (1970), beş aşamalı bu hiyerarşik modelini, belki de seyahat davranışı açısından daha önemli olan iki yeni ihtiyaç ekleyerek geliştirmiştir. Bunlar estetik ihtiyacı ile bilme ve öğrenme ihtiyacıdır. Fakat modelin halen bir takım insan ihtiyaçlarına tam olarak yer veremediği ve ihtiyaçların hiyerarşik olamayacağı düşünülmekte ve model eleştirilmektedir (Witt ve Wright, 1992). Seyahat davranışlarını açıklamada ve turist motivasyonlarına dair yapılan araştırmalarda Maslow'un ihtiyaç temelli motivasyon yaklaşımı olan hiyerarşik model temel alınarak gerçekleştirilmiş deneysel çalışmalara rastlamak mümkündür (Chon, 1989; Pearce ve Lee, 2005; Tikkanen, 2007).

Seyahat motivasyonlarının ardında yatan sebepleri açıklamak amacıyla yalnızca ihtiyaç temelli yaklaşım değil, bununla birlikte; değer temelli (Kahle ve Kennedy, 1989), fayda temelli (Haley, 1968) ve beklenti temelli (Vroom, 1964) farklı motivasyon yaklaşımları da kullanılmıştır. Bunların dışında ilgili alan yazında sıklıkla değinilen bir diğer yaklaşım ise Dann (1977)'ın İtme ve Çekme Faktörleri yaklaşımıdır. İtme ve çekme faktörleri bireylerin seyahat etme davranışlarının ardında yatan motivasyonları incelemek için faydalı bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir (Crampton, 1979; Dann, 1981; Baloğlu ve Uysal, 1996; Kay, 2003). İtme ve çekme faktörleri yaklaşımı aslında, Lee (1966) tarafından "Bir Göç Teorisi" adlı makalede, göç edenlerin hangi sebeplerle bu davranışta bulduklarını tespit etmek amacıyla kullanılan İtme ve Çekme Kuramı'na dayanmaktadır. Kurama göre, hiçbir bağlam ve düzlemde mutlak itme ve mutlak çekme faktörü yoktur. İtme çekme faktörlerinin içeriğinin belirlenmesi birçok etkene bağlıdır. Yine aynı kurama göre hem yaşanan yerin hem de gidilecek yerin itici ve çekici unsurları bulunmaktadır. Bireysel koşulların etkisiyle, bu unsurlar arasında seçim yapılması göç kararında etkili olmaktadır.

Dann (1977), seyahat kararı almada itme ve çekme faktörleri olmak üzere, temel iki faktörün etkili olduğunu ileri sürmektedir. İtme ve çekme faktörleri bireylerin içsel ve dışsal kaynaklara bağlı olarak seyahat ettiğini vurgulamaktadır. İtici faktörleri oluşturan içsel kaynaklar, esasında bireyin soyut ve içsel arzularıdır. Çekici faktörleri meydana getiren dışsal kaynaklar ise, bir destinasyonun bireyler tarafından algılanan çekicilikleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Bunlar bireyin destinasyona yönelik algıları, beklentileri ve destinasyon imajının sağladığı faydalar olabileceği gibi, destinasyona ait somut özellikler de

olabilir (Baloğlu ve Uysal, 1996: 32). Kısacası; itici faktörler, bireyin seyahat etmek istemesini sağlayan faktörlerken, çekici faktörler, seyahat edeceği destinasyonu seçmede etkileyicidir. İtme ve çekme faktörleri kuramı çeşitli araştırmacılar tarafından benimsenmiş ve turizm alanında kullanılmıştır (Yuan ve McDonald, 1990; Kim, Lee ve Klenosky, 2003; Juho, Raija, Cristopher ve Mike, 2011).

Aydın ve Sezerel (2017), 70'li yılların sonundan günümüze kadar geçen sürede Elsevier scopus, Taylor & Francis, Sage Premier Journals, Ulakbim, Google Scholar ve JSTOR gibi veri tabanlarında ve arama motorlarında yayımlanan itici ve çekici faktörler üzerine yapılan araştırmaları incelemişlerdir. Farklı örneklem grupları ve farklı turizm çeşitlerinin ele alındığı 42 görgül araştırmanın amaç, yöntem ve sonuçlarını değerlendirerek seyahat motivasyonunu açıklamada kullanılan başlıca itici ve çekici faktörler belirlenmiştir. Buna göre, araştırmalarda çoğunlukla tespit edilen itici faktörler; keşfetme, kaçış, yenilik, prestij, rahatlama, dinlenme, öğrenmedir. Çekici faktörler ise; kültürel değerler, doğa ve doğal çekicilikler, rekreasyonel faaliyetler, uygunluk ve alışveriş olanakları olarak ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte önceki araştırmalar, itme ve çekme faktörlerinin pazar gruplarına göre farklılık gösterdiğinin önemini ortaya koymuştur. Örneğin, itici faktörlerden kaçma faktörü, yalnız gezginler, çiftler ve arkadaşlar gibi bazı pazar segmentleri için daha önemli iken, organize tur grupları için daha az önemlidir (Jamrozy ve Uysal, 1994). Benzer şekilde itici ve çekici faktörlerin öneminin hedef destinasyona göre farklılaştığı belirtilmiştir. Buna göre, çekici faktörlerden sıcak iklim, kumsallar ve rahatlatıcı ortam Karayip bölgesi için daha önemli iken, kültür faktörü Latin Amerika ülkeleri için daha ön plana çıkmaktadır (Turnbull ve Uysal, 1995).

İkinci konut sahipliği de bireylerin seyahat motivasyonları ile benzer özellikler sergileyebilmektedir. Çünkü ikinci konutlar, daimî ikamet edilen konutların dışında, genellikle bireylerin boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla, çoğunlukla turistik amaçlı kullandıkları yapılardır. Konu ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, ikinci konut sahipliğinde farklı motivasyon unsurlarının etkili olduğu görülmektedir. Jaakson (1986)'un Kanada'da yaklaşık 20 yıldır ikinci konut sahibi olan 300 kişi üzerine yaptığı araştırmasında ikinci konut sahipliğinde; yenilik, rutini tersine çevirme, doğaya dönme, kimlik, garanti, devamlılık, iş, elitizm, özlem, zaman ve mesafe gibi toplam 10 adet motivasyon unsuru tespit etmiştir. Chaplin (1999) ise, Fransa kırsalında ikinci konut sahibi olan İngilizler'e yönelik gerçekleştirmiş olduğu araştırmasında, kaçış motivasyonunu temel motivasyon kaynağı olarak görmektedir. Okuyucu ve Somuncu (2016)'nın Yalova ili Çınarcık ilçesinde ikinci konut sahibi olan 370 kişiye uyguladıkları anket sonuçlarına göre, Çınarcık'tan ikinci konut satın almada deniz-iklim ve doğa kaynaklı çekicilikler, rekreasyonel çekicilikler, aile ve kişisel nedenler ve ekonomik nedenler olmak üzere dört faktörün etkili olduğu ortaya

çıkarılmıştır. Yine aynı çalışmada, ilgili alanyazında genel kabul görmüş ikinci konut sahibi olmada temel motivasyon kaynakları ortaya çıkarılmıştır. Buna göre, refah, rutin ve yenilik, tersine çevirme, dinlenme, aile bağları, doğaya dönüş, aktiviteler, kimlik, yatırım, statü kazanma, mesafe, yaşam döngüsü, daimî yaşam alanı özellikleri ve yasaların ikinci konut sahipliğinde motivasyon kaynağı olduğu görülmektedir. Türkiye’de ikinci konutlara dair alanyazın incelendiğinde, ikinci konut sahipliğinde motivasyon kaynaklarından daha çok bu konutların buldukları bölgeye ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri (Kılıçaslan, 2006; Okuyucu ve Somuncu, 2017), yerel halk yazlıkçı etkileşimi (Türkmen, Oflaz, Buzlukçu ve Avcıkurt, 2018) veya ikinci konutların turizme kazandırılması (Manisa ve Görgülü, 2008; Kozak ve Duman, 2011; Özsoy, 2015) konularında araştırmalar gerçekleştirildiği görülmektedir.

### Edremit

Balıkesir ilinin nüfusa göre dördüncü en büyük ilçesi olan Edremit Balıkesir şehir merkezinin batısında yer almaktadır. İlçe kendi ile aynı ismi taşıyan Edremit Körfezi kıyıları ile Kaz, Eybek ve Gürgen dağları arasında yer almaktadır. Balıkesir’e 87, Çanakkale’ye 130, İzmir’e 209 ve İstanbul’a 483 km mesafede bulunan ilçeye ulaşım oldukça kolaydır. Akçay, Güre ve Altınoluk mahallelerinde bulunan plajları, antik kentleri, termal suları ve doğası ile ünlü olan ilçe önemli bir turizm merkezi olarak nitelendirilmektedir.

TÜİK (2017) verilerine göre Edremit ilçesinde 147.000 birey yaşamaktadır. Bununla birlikte, ilçenin nüfusu yaz aylarında 10 kat artarak yaklaşık 1.300.000’a ulaşmaktadır (Hürriyet, 2016). Bu artış ilçeye olan turizm talebini ortaya koymaktadır. İlçede birçok türde konaklama tesisi bulunsa da ilçenin ikinci konut sahipliğinde Türkiye’nin tercih edilir bir bölgesi olduğu bilinmektedir. Edremit ve Edremit körfezinde bulunan diğer ilçelerde ikinci konut yoğunluğu bulunmaktadır. Ancak, ikinci konutlara dair yeterli ve düzenli envanter çalışmaları ilgili kamu kuruluşları tarafından tüm Türkiye’de olduğu gibi bu bölgede de yapılmamıştır (Kozak ve Duman, 2011). Bölgedeki ikinci konut sayılarına dair net bir istatistiki veri bulunmasa da bu sayının yaklaşık 130.000 olduğu ifade edilmektedir (GMKA, 2013).

### YÖNTEM

Bu çalışmada Edremit ilçesinde ikinci konut sahibi olan kişilerin itme ve çekme faktörleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın evrenini Edremit ilçesi sınırlarındaki Akçay, Altınoluk ve Güre mahallelerinde ikinci konut sahibi olan bireyler oluşturmaktadır. İlgili alanyazın incelendiğinde, sosyal bilimlerde 0,05 örneklem hatası için önerilen örneklem büyüklüğü 384 olarak tespit edilmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 72). Bu tespite uygun olarak,



Temmuz- Ağustos 2017 tarihleri arasında, Edremit ilçesinde ikinci konut sahibi olan 432 kişi ile kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak araştırmacılar tarafından yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Ancak 15 anketin eksik ya da hatalı olması sebebi ile sağlıklı veri elde edilebilecek 417 anket formu değerlendirmeye alınmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde, katılımcıların demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek, aylık gelir) yönelik sorular bulunmaktadır. Ayrıca katılımcıların ikinci konut sahibi olduğu süre, ikinci konutun bulunduğu bölge, ikinci konutun türü, yıllık ortalama ikinci konutu kullanma süresi ve ikinci konutu kullanmadığı zamanlarda kiraya verme durumlarını tespit etmeye yönelik sorulara da bu bölümde yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde ise alan yazın taraması sonucunda Harman (2014) ve Albayrak (2013)'ün çalışmalarından yararlanılarak ikinci konut sahipliğinde itme ve çekme faktörlerini tespit etmeyi amaçlayan, 5'li Likert tipinde (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum) hazırlanmış ölçeğe yer verilmiştir. İlgili ölçek toplam 35 ifadeden oluşmaktadır. Oluşturulan anket ile aşağıdaki hipotezlerin test edilmesi amaçlanmıştır:

- H1:** İtici faktör boyutlarından toplumsal etkileşim boyutu, katılımcıların demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.
- H2:** İtici faktör boyutlarından sağlık boyutu, katılımcıların demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.
- H3:** Çekici faktör boyutlarından doğal çekicilik boyutu, katılımcıların demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.
- H4:** Çekici faktör boyutlarından alışveriş imkânı boyutu, katılımcıların demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.
- H5:** Çekici faktör boyutlarından bölge değeri boyutu, katılımcıların demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.
- H6:** Çekici faktör boyutlarından uygun ortam boyutu, katılımcıların demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

İtme ve çekme faktörlerinin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayıları sırasıyla 0,760 ve 0,775 olarak hesaplanmıştır. Güvenilirlik katsayısı 0 ile 1 arası değerler alır ve kabul edilebilir bir değer en az 0.7 olması test için yeterli görülmektedir (Altunışık ve diğ., 2012; 124). Bu sonuç doğrultusunda ölçeklerin güvenilirlik sınırları içerisinde olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte verilerin normal dağılım gösterip göstermediği test edilmiştir. Ölçek ifadeleri tek tek normallik testlerine tabi tutulmuş ve yalnızca 6 ifadenin çarpıklık değerlerinin  $\pm 2$  sınırlarında olmadığı tespit edilmiştir. Bu ifadeler veri setinden çıkartıldıktan sonra ölçeğin

kabul edilen değer olan, +2 ile -2 değer aralığında olduğu ve verilerin analizinde parametrik testlerin kullanılabilmesi anlaşılmıştır. Çünkü, sosyal bilimler alanında çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin +2 ile -2 sınırları içinde kalması, puanların normal dağılım gösterdiği şeklinde yorumlanmaktadır (George ve Mallery, 2010; Garson, 2012: 18). Araştırmada frekans analizlerinin yanı sıra faktör analizi ve değişkenler arasında anlamlı bir fark bulunup bulunmadığını tespit etmek amacıyla T testi ve varyans analizi yapılmıştır.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmanın bu bölümünde ilk olarak katılımcıların demografik özellikleri ve ikinci konut kullanım durumları incelenmiştir. Tablo 1’de de görüldüğü üzere, katılımcıların %53’ünün erkek ve %47’sinin kadınlardan oluştuğu tespit edilmiştir. Ankete katılanların ağırlıklı olarak evli (%74,6) ve 49-68 yaş aralığında (%48,5) oldukları görülmüştür. Katılımcıların %26,6’sının 5001 TL ve üzeri, %23’ünün 2001-3000 TL arasında bir gelire sahip oldukları gözlenirken %4,3’ünün asgari ücretin altında (1400 TL ve altı), %8,9’unun da 1401-2000 TL arasında bir gelire sahip oldukları anlaşılmaktadır.

**Tablo 1:** Katılımcıların Demografik Özellikleri

<i>Değişkenler</i>	(N)	(%)	<i>Değişkenler</i>	(N)	(%)
<i>Cinsiyet</i>			<i>Medeni Durum</i>		
Kadın	221	53,0	Evli	311	74,6
Erkek	196	47,0	Bekar	106	25,4
Total	417	100,0	Toplam	417	100,0
<i>Yaş</i>			<i>İkamet</i>		
19-28	43	10,3	Marmara	292	70,0
29-38	77	18,5	Karadeniz	14	3,4
39-48	53	12,6	Ege	21	5,0
49-58	90	21,6	Akdeniz	2	0,5
59-68	112	26,9	İç Anadolu	59	14,1
68 ve Üzeri	42	10,1	Doğu Anadolu	1	0,2
Toplam	417	100,0	Güneydoğu	7	1,8
<i>Meslek</i>			Yurtdışı	21	5,0
Devlet Memuru	68	16,3	Toplam	417	100,0
Emekli	149	35,7	<i>Gelir</i>		
Ev Hanımı	61	14,6	1400TL ve Altı	18	4,3
Öğrenci	17	4,1	1401-2000	37	8,9
Özel Sektör	28	6,7	2001-3000	96	23,0
Serbest Meslek	94	22,6	3001-4000	78	18,7
Total	417	100,0	4001-5000	77	18,5
			5001 ve Üzeri	111	26,6
			Toplam	417	100,0

Katılımcıların ikinci konut sahiplik süreleri incelendiğinde ilk sırayı %23,5 ile 1-5 yıl arasında konut sahibi olanlar almaktadır. İkinci konutunu 1 yıldan az süredir kullananların oranı ise, %3,6 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların mesleki dağılımları incelendiğinde, farklı meslek gruplarından katılımcılar dikkat çekmektedir. Bunlardan %35,7 ile emekliler ilk sırada yer alırken, %22,5 ile serbest meslekle uğraşanlar ikinci sırada yer almaktadır. Katılımcıların sürekli ikamet ettiği bölgeler incelendiğinde büyük çoğunluğun (%70) Marmara bölgesinde ikamet ettiği, %14,1'inin İç Anadolu ve %5'inin Ege bölgesinde ikamet ettiği görülmüştür. Ayrıca, katılımcıların %5'i yurt dışında ikamet etmektedir.

Bununla birlikte, katılımcılara ikinci konutlarını kullanım durumlarıyla ilgili sorular da sorulmuştur. Bu soruların yanıtları Tablo 2'de belirtilmiştir. Buna göre katılımcılar, Edremit ilçesinde hangi bölgede konut veya konutlarının bulunduğu sorusuna yanıt olarak; %49,7'si Altınoluk, %26,1'i Akçay ve %24,2'si Güre cevabını vermişlerdir. İkinci konut durumlarına bakıldığında %63,3'ünün daire tipi evde ve %36,7'sinin müstakil tipte ikinci konut sahibi olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların %91,7'sinin ikinci konutlarını kullanmadıkları dönemlerde kiraya vermedikleri tespit edilmiştir. Son olarak, katılımcılara ikinci konutlarını aylara göre kullanma durumları sorulduğunda, haziran (%56,4), temmuz (%86,3) ve ağustos (%88,0) aylarında ikinci konutlarını diğer aylara göre daha fazla kullandıkları cevabı alınmıştır.

**Tablo 2:** İkinci Konut Kullanım Durumları

Aylar	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
<i>Evet</i>	2,2	2,9	4,8	13,9	31,7	56,4	86,3	88,0	44,4	17,5	7,0	2,6
<i>Hayır</i>	97,8	97,1	95,2	86,1	68,3	43,6	13,7	12,0	55,6	82,5	93,0	97,0
<i>Değişkenler</i>	%		N		<i>Değişkenler</i>		%		N			
<i>İkinci Konutun Bulunduğu Bölge</i>				<i>Konut Türü</i>								
Akçay	109		26,1		Daire		264		63,3			
Altınoluk	207		49,7		Müstakil		13		36,7			
Güre	101		24,2		Toplam		417		100,0			
Toplam	417		100,00		<i>İkinci Konutu Kullanım Süresi</i>							
<i>İkinci Konut Sahipliği Süresi</i>				1-30 gün				127	30,5			
1 Yıldan Az	15		3,6		31-60 gün		80		19,2			
1-5	98		23,5		61-90 gün		56		13,4			
6-10	75		18,0		91-120 gün		40		9,6			
11-15	75		18,0		121-150 gün		38		9,1			
16-20	69		16,5		151 gün ve üzeri		76		18,2			
21-25	48		11,5		Toplam		417		100,0			
26-30	20		4,8		<i>İkinci Konutu Kiraya Verme Durumu</i>							
30 ve Üzeri	14		4,1		Evet		34		8,3			
Toplam	417		100,0		Hayır		383		91,7			
					Toplam		417		100,0			

Katılımcıları bu bölgede ikinci konut sahibi olmaya yönlendiren itici ve çekici faktörlere ilişkin ölçeklere faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçları itici faktörler için Tablo 3'de, çekici faktörler için ise Tablo 4'te gösterilmiştir. Değişkenlerle ilgili korelasyon matrisi hesaplanarak, birbiri ile ilişkisi olmayan değişkenler belirlenmiştir. İtici faktör ölçeğine yönelik faktör analizi sonucunda 1 tanesinin binişik madde, 1 tanesinin ise faktör yükünün 0,35'in altında olması sebebiyle toplam 2 değişken ölçekten çıkartılmıştır. Öz değeri 1'den büyük 2 boyut belirlenmiştir. Bu boyutların toplam varyans oranı ise %58,282 olarak tespit edilmiştir

**Tablo 3.** İtici faktörlere ilişkin faktör analizi

Faktör Boyutları	Faktör İfadeleri Bu bölgede ikinci konut sahibi olmamda...	$\bar{X}$	S.S.	Faktör Yükleri	
				1	2
Toplumsal Etkileşim	....farklı yaşam tarzlarını deneyimleme isteği etkili olmuştur.	3,21	1,26	0,799	
	....farklı insanlarla tanışma isteği etkili olmuştur.	2,46	2,46	0,764	
	....kendini ödüllendirme isteği etkili olmuştur.	3,33	1,24	0,656	
	....sosyal statü kazanmak istemem etkili olmuştur.	2,99	1,30	0,609	
	....bölge gelenek ve göreneklerini deneyimleme isteği etkili olmuştur.	3,25	1,30	0,603	
Sağlık	....sağlığım açısından yararlı olacağına inanmam etkili olmuştur.	4,20	0,93		0,777
	....ailemle zaman geçirme isteği etkili olmuştur.	4,04	1,06		0,739
	....doğayla bütünleşme isteği etkili olmuştur.	4,16	0,92		0,685
	....organik ürünlerden ve doğal kaynaklardan yararlanma isteği etkili olmuştur.	3,89	1,18		0,654
<b>Faktör Öz Değerleri</b>				<b>3,101</b>	<b>1,585</b>
<b>Faktörün Varyansı Açıklama Oranı %</b>				<b>27,46</b>	<b>26,614</b>
<b>Faktörlere Ait Cronbach's Alpha Değerleri</b>				<b>0,741</b>	<b>0,704</b>
<b>Ölçeğin Cronbach's Alpha Değeri</b>				<b>0,760</b>	
<b>Faktörlerin Toplam Varyansı Açıklama Değeri (%)</b>				<b>52,282</b>	
<b>KMO=0,788; Barlett Küresellik Testi Ki Kare=813,736; df=36; p=0,000</b>					

Tablo 3 incelendiğinde KMO değeri (0,788) ve Barlett anlamlılık değerinin ( $p<0,001$ ) faktör analizi için uygun olduğu anlaşılmaktadır. Ölçeğin faktör öz değerlerine bakıldığında; toplumsal etkileşim boyutu 3,10; sağlık boyutu 1,585 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin açıklanan varyans oranları ise, birbirine yakın sonuçlar almıştır. Bu sonuçlar, 27,460 ile toplumsal etkileşim ve 26,614 ile sağlık boyutlarına aittir. Ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,760 olarak hesaplanmıştır. Boyutlara ait Cronbach's Alpha katsayılarına bakıldığında ise, toplumsal etkileşim boyutunun 0,741; sağlık boyutunun 0,704 değerini aldığı gözlenmiştir. Çekici faktör ölçeğine ilişkin faktör analizi sonucunda 4 ifadenin

binşik madde olması, 3 ifadenin ise faktör yükünün 0,35'in altında olması sebebiyle ölçekten çıkartılmıştır. Öz değeri 1'den büyük toplam 4 boyut belirlenmiştir. Bu boyutların toplam varyans oranları %52,150 olarak tespit edilmiştir.

**Tablo 4.** Çekici faktörlere ilişkin faktör analizi

Faktör Boyutları	Faktör İfadeleri Bu bölgede ikinci konut sahibi olmamda...	$\bar{X}$	S.S.	Faktör Yükleri			
				1	2	3	4
Doğal Çekicilik	...bölgenin eşsiz manzarası etkili olmuştur.	4,27	0,82	0,705			
	...bölgedeki doğal güzellikler ve tarihi alanlar etkili olmuştur.	4,04	0,98	0,611			
	... bölge iklimi, temiz hava ve bozulmamış doğa etkili olmuştur.	4,42	0,79	0,753			
	...Kazdağları'nın burada yer alması etkili olmuştur.	4,35	0,89	0,744			
Alışveriş İmkani	...yerel halkın konukseverliği etkili olmuştur.	2,99	1,29		,683		
	...bölgedeki yerel lezzetler ve yerel ürünleri deneyimleme isteği etkili olmuştur.	3,45	1,21		,685		
	...bölgenin alışveriş imkanlarının çeşitliliği etkili olmuştur.	3,12	1,26		,690		
	...bölgede bulunan restoran vb. yeme içme olanaklarının iyi olması etkili olmuştur.	2,96	1,28		,756		
Bölge Değeri	...bölgenin birincil (daimi) konutuma yakın olması etkili olmuştur.	3,27	1,43			,572	
	...bölgede emlak yatırımı yapma düşüncesi etkili olmuştur.	2,71	1,32			,794	
	...ikinci konutumu kullanmadığım sürelerde kolayca kiraya verebilme imkanının olması etkili olmuştur.	2,24	1,28			,679	
Uygun Ortam	...bölgenin güvenli ve emniyetli olması etkili olmuştur.	3,51	1,11				,614
	...bölgedeki sahillerin temiz olması etkili olmuştur.	3,49	1,29				,819
	...bölgedeki hayvan ve bitki çeşitliliğinin fazla olması etkili olmuştur.	3,36	1,23				,534
<b>Faktör Öz Değerleri</b>				<b>4,482</b>	<b>1,891</b>	<b>1,380</b>	<b>1,112</b>
<b>Faktörün Varyansı Açıklama Oranı %</b>				<b>26,36</b>	<b>11,12</b>	<b>8,119</b>	<b>6,540</b>
<b>Faktörlere Ait Cronbach's Alpha Değerleri</b>				<b>0,757</b>	<b>0,738</b>	<b>0,558</b>	<b>0,557</b>
<b>Ölçeğin Cronbach's Alpha Değeri</b>				<b>0,775</b>			
<b>Faktörlerin Toplam Varyansı Açıklama Değeri (%)</b>				<b>52,150</b>			
<b>KMO=0,814; Barlett Küresellik Testi Ki Kare=1252,452; df=91; p=0,000</b>							

Tablo 4 incelendiğinde KMO değeri (0,814) ve Barlett anlamlılık değerlerini ( $p < 0,001$ ) ölçeğin faktör analizine uygun olduğu görülmüştür. Ölçeğin faktör öz değerlerine bakıldığında; doğal çekicilik boyutu 4,482; alışveriş imkânı boyutu 1,891; bölge değeri boyutu 1,380; uygun ortam boyutu 1,112 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,775 olarak hesaplanmıştır. Boyutlara ait Cronbach's Alpha katsayılarına bakıldığında ise, en yüksek kat sayının (0,757) doğal çekicilik boyutunda gerçekleştiği belirlenmiştir. Doğal çekicilik boyutunu sırasıyla alışveriş imkânı (0,738), değer (0,558) ve uygun ortam (0,557) boyutlarının takip ettiği gözlenmiştir.

**Tablo 5.** İtici Faktörlerin Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması

		$\bar{X}$	S.S.	Faktör Boyutları	Levene Testi		T testi			
					F	P	t	df	P(2-Uçlu)	
İtici Faktör	Cinsiyet	Kadın	3,0751	,87530	Toplumsal Etkileşim	1,487	0,223	0,503	0,415	0,615
		Erkek	3,0306	,93033						
	Medeni Durum	Kadın	4,1369	,74787	Sağlık	0,00	0,988	1,788	0,415	0,074
		Erkek	4,0051	,75446						
	Medeni Durum	Evli	3,1453	,89557	Toplumsal Etkileşim	1,487	0,223	0,503	0,415	0,615
		Bekar	3,1453	,91403						
		Evli	4,1262	,73640	Sağlık	0,884	0,348	2,395	0,415	0,017
		Bekar	3,9245	,78389						

Tablo 5'de görüldüğü üzere ikinci konut sahiplerinin toplumsal etkileşim puanları cinsiyet değişkeniyle karşılaştırıldığında, kadınlar ( $\bar{X}=3,0751$ ) ve erkekler ( $\bar{X}=3,0306$ ) arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Aynı şekilde sağlık boyutu ile cinsiyet değişkeni karşılaştırıldığında aralarında herhangi bir farklılık tespit edilememiştir. Toplumsal etkileşim boyutu için yapılan analiz sonucunda Levene testi anlamlılık düzeyi sig. (0,223) ve sağlık boyutu için yapılan analiz sonucunda Levene testi anlamlılık düzeyi sig. (0,988) değerleriyle  $p < 0,05$  kritik değerlerinin üstünde olmasından cinsiyetlerin varyanslarının farklı olmadığı kanaatine varılmıştır. Toplumsal etkileşim boyutu için ( $t = 0,503$ ,  $p = 0,615 > 0,05$ ), sağlık boyutu için ( $t = 1,788$ ,  $p = 0,074 > 0,05$ ). Medeni durumları toplumsal etkileşim boyutuna göre karşılaştırıldığında, evli olan katılımcılar ( $\bar{X}=3,1453$ ) ile bekar olan katılımcılar ( $\bar{X}=3,1453$ ) arasında herhangi bir farklılık tespit edilememiştir. Medeni durumları sağlık boyutu ile karşılaştırıldığında evli olan katılımcıların ( $\bar{X}=4,1262$ ) bekar olan katılımcılara ( $\bar{X}=3,9245$ ) göre daha yüksek aritmetik ortalamaya sahip oldukları görülmektedir. Burada %95 güven aralığında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ortaya çıkmaktadır. ( $t=2,395$ ;  $p=0,017 < 0,05$ )

Tablo 6'da görüldüğü üzere ankete katılanların cinsiyet durumları, çekici faktör boyutlarıyla karşılaştırıldığında sadece uygun ortam boyutu ile cinsiyet

arasında anlamlı farklılık gözlenmiştir. Kadınların ( $\bar{X}=3,5460$ ) erkeklere ( $\bar{X}=3,3571$ ) göre daha yüksek düzeyde katılıma sahip olduğu görülmektedir. İki ortalama arasında yaklaşık 0,2 puan fark oluşmuştur. T-testi sonuçlarına göre, %95 güven aralığında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ortaya çıkmaktadır ( $t=2,183, p=0,030<0,05$ ). Ankete katılanların medeni durumları çekici faktör boyutları ile karşılaştırıldığında sadece doğal çekicilik ile medeni durumları %95 güven aralığında istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır ( $t=2,183, p=0,030<0,05$ ).

**Tablo 6.** Çekici Faktörlerin Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması

		$\bar{X}$	S.S.	Faktör Boyutları	Levene Testi		T testi			
					F	P	t	df	P(2-Uçlu)	
Çekici Faktör	Cinsiyet	Kadın	4,2862	0,7009	Doğal Çekicilik	1,627	0,203	0,337	0,415	0,736
		Erkek	4,2640	0,6350						
		Kadın	3,1437	0,9673	Alışveriş İmkânı	1,355	0,245	0,215	0,415	0,830
		Erkek	3,1237	0,9214						
		Kadın	3,5460	0,8411	Uygun Ortam	1,094	0,296	2,183	0,415	0,030
		Erkek	3,3571	0,9254						
	Kadın	2,7391	0,9784	Bölge Değeri	0,044	0,834	0,078	0,415	0,938	
	Erkek	2,7466	0,9939							
	Medeni Durum	Evli	4,3256	0,6343	Doğal Çekicilik	2,312	0,129	2,617	0,415	0,009
		Bekar	4,1297	0,7497						
		Evli	3,1238	0,9609	Alışveriş İmkânı	1,551	0,214	-0,38	0,415	0,698
		Bekar	3,1651	0,9003						
Evli		3,4802	0,8917	Uygun Ortam	0,004	0,948	0,906	0,415	0,366	
Bekar		3,3899	0,8685							
Evli	2,7160	0,9810	Bölge Değeri	0,139	0,709	-0,94	0,415	0,345		
Bekar	2,2808	0,9954								

İtici faktör ölçeğine ait ANOVA testi sonucu Tablo 7'de gösterilmektedir. Sağlık boyutu ile yaş ve meslek arasında ve toplumsal etkileşim boyutu ile meslek arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Ancak, itici faktör ölçeği boyutları ile gelir düzeyi arasında yapılan test sonuçlarında herhangi anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Farklılıkların hangi değişkenler arasında oluştuğunu tespit edebilmek amacıyla Tukey HSD Testi uygulanmıştır. Test sonuçlarına göre ; 19-28 yaş ( $\bar{X}$  3,6453) arasında olan katılımcıların 29-38 yaş ( $\bar{X}$  4,0357), 39-48 yaş ( $\bar{X}$  4,2406), 49-58 yaş ( $\bar{X}$  4,1389), 59-68 yaş ( $\bar{X}$  4,0848) ve 68 ve üzeri yaş ( $\bar{X}$  4,2143) grubunda olanlar arasında 19-28 yaş lehine anlamlı farklılık bulunmuştur.

Sağlık boyutu ile katılımcıların meslekleri arasındaki farklılıkların tespit edilmesi amacıyla yapılan Tukey HSD testlerinin sonucunda ev hanımı ( $\bar{X}$  4,3033) cevabı veren katılımcıların devlet memuru ( $\bar{X}$  3,9228) cevabı veren katılımcılara göre sağlık boyutu açısından daha olumlu oldukları görülmektedir.



Toplumsal etkileşim boyutu ile meslek grupları incelendiğinde de aralarında sağlık boyutu gibi anlamlı ( $F= 3,548$ ;  $p<0,05$ ) farklılıklar tespit edilmiştir. Test sonucunda özel sektör ( $\bar{X} 2,5500$ ) cevabı veren katılımcıların Ev hanımı ( $\bar{X} 3,3016$ ), emekli ( $\bar{X} 3,1114$ ) ve serbest meslek ( $\bar{X} 3,1043$ ) cevabı verenlere göre daha olumlu olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 7.** İtici Faktörlerin Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması

		Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	P	Fark	
Sağlık	Yaş	Gruplar Arası	10,702	5	2,140	3,907	,002	19-28/39-48; 19-28/49-58; 19/28/59-68; 19-28/68 ve üzeri yaş arasında
		Grup İçi	225,143	411	,548			
		Toplam	235,846	416				
İtici Faktör	Sağlık	Gruplar Arası	8,954	5	1,791	3,244	,007	Ev Hanımı / Devlet Memuru arasında
		Grup İçi	226,892	411	,552			
		Toplam	235,846	416				
Toplumsal Etkileşim	Meslek	Gruplar Arası	13,968	5	2,794	3,548	,004	Özel sektör/Ev hanımı; Özel sektör/Emekli Özel sektör/ Serbest meslek
		Grup İçi	323,568	411	,787			
		Grup İçi	392,395	414	,948			
		Toplam	403,262	416				

Çekici faktör ölçeğine ait ANOVA testi sonuçları Tablo 8'de gösterilmiştir. Buna göre; uygun ortam boyutu ile gelir arasında ( $F= 2767$ ;  $p<0,05$ ) anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu farklılığın hangi gelir aralığında olduğunu tespit etmek için Tukey HSD testi uygulanmıştır. Testlerin sonucuna göre; 1401-2000 TL arasında gelire sahip olan katılımcıların ( $\bar{X} 3,0901$ ) 1400 TL ve altı ( $\bar{X} 3,4815$ ), 2001-300 TL ( $\bar{X} 3,3646$ ), 3001-4000TL ( $\bar{X} 3,5641$ ) ve 5001 TL ve üzeri ( $\bar{X} 3,0180$ ) cevabı verenler arasında 1401-2000 TL lehine anlamlı farklılık bulunmuştur. Ayrıca, 4001-5000 TL arasında gelire sahip olan katılımcılar ile ( $\bar{X} 3,0901$ ) 1400 TL ve altı ( $\bar{X} 3,4815$ ), 2001-300 TL ( $\bar{X} 3,3646$ ), 3001-4000TL ( $\bar{X} 3,5641$ ) ve 5001 TL ve üzeri ( $\bar{X} 3,0180$ ) cevabı verenler arasında 4001-5000 TL lehine anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu sonuca göre, 14001-2000TL ve 4001-5000TL gelire sahip olan katılımcıların ikinci konuta yönelik bölgenin güvenliği, sahillerinin temizliği ve flora ve fauna çeşitliliğinin fazlalığı gibi konulara daha fazla dikkat ettiği söylenebilir. Doğal çekicilik boyutu ile yaş arasında da anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Yine bu farklılığı tespit edebilmek için Tukey HSD Testi uygulanmıştır. Testlerin sonucuna göre; 19-28 yaş ( $\bar{X} 4,000$ ) arasında olan katılımcıların 29-38 yaş ( $\bar{X} 4,1883$ ), 39-48 yaş ( $\bar{X} 4,3915$ ), 59-68 yaş ( $\bar{X} 4,3125$ ) ve 68 ve üzeri yaş ( $\bar{X} 4,3036$ ) cevabı verenler arasında 19-28 yaş lehine anlamlı

farklılık bulunmuştur. Bununla birlikte, 49-58 yaş ( $\bar{X}$  4,3556) arasında olan katılımcıların 29-38 yaş ( $\bar{X}$  4,1883), 39-48 yaş ( $\bar{X}$  4,3915), 59-68 yaş ( $\bar{X}$  4,3125) ve 68 ve üzeri yaş ( $\bar{X}$  4,3036) cevabı verenler arasında 49-58 yaş lehine anlamlı farklılık bulunmuştur. Katılımcıların meslekleri ile çekici faktör boyutları incelendiğinde, doğal çekicilik boyutu ile meslek arasında ( $F= 3,049$ ;  $p<0,05$ ) anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu farklılığın hangi meslek aralığında olduğunu tespit etmek için Tukey HSD testi uygulanmıştır. Testlerin sonucunda ev hanımı ( $\bar{X}4,4180$ ) ve özel sektör ( $\bar{X}$  3,9732) mesleğine mensup katılımcıların ikinci konut motivasyonlarında, doğal çekicilik boyutunun diğer meslek gruplarına göre daha anlamlı olduğu görülmüştür. Katılımcıların ikinci konutlarının bulunduğu bölge ile çekici faktör boyutları incelendiğinde, doğal çekicilik ( $F= 3,328$ ;  $p<0,05$ ) ve bölge değeri ( $F= 5,732$ ;  $p<0,05$ ) boyutları ile ikinci konutun bulunduğu bölge arasında anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Farklılığı tespit edebilmek için Tukey HSD Testi uygulanmıştır. Testlerin sonucuna göre; Akçay ( $\bar{X}$  4,1606) cevabı veren katılımcıların ve Altınoluk ( $\bar{X}$  4,3563) cevabı veren katılımcılara göre bölgenin doğal çekicilik boyutuna yönelik daha olumlu bakış açısına sahip oldukları görülmektedir. Bununla birlikte, Altınoluk cevabı veren katılımcıların ( $\bar{X}$  2,5845) ve Güre cevabı veren katılımcılara ( $\bar{X}$  2,9538) göre bölge değeri açısından daha pozitif düşünceye sahip oldukları tespit edilmiştir.

**Tablo 8.** Çekici Faktörlerin Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırılması

			Kareler Topl.	df	Kareler Ort.	F	P	Fark	
Çekici Faktör	Uygun Ortam	Gelir	Gruplar Arası	10,627	5	2,125	2,767	<b>0,018</b>	1401-2000TL/4001-5000 TL arasında
			Grup İçi	315,749	411	0,768			
			Toplam	326,376	416				
	Doğal Çekicilik	Yaş	Gruplar Arası	5,326	5	1,065	2,412	<b>0,036</b>	19-28/39-48 yaş; 19-28/49-58 yaş arasında
			Grup İçi	181,460	411	0,442			
			Toplam	186,785	416				
	Doğal Çekicilik	Meslek	Gruplar Arası	6,680	5	1,336	3,049	<b>0,01</b>	Ev Hanımı /Özel Sektör Arasında
			Grup İçi	180,106	411	0,438			
			Toplam	186,785	416				
	Doğal Çekicilik	Bölge	Gruplar Arası	2,955	2	1,478	3,328	<b>0,037</b>	Akçay/Altınoluk Arasında
			Grup İçi	183,830	414	,444			
			Toplam	186,785	416				
Bölge Değeri	Bölge	Gruplar Arası	10,867	2	5,433	5,732	<b>0,004</b>	Altınoluk/ Güre Arasında	
		Grup İçi	392,395	414	,948				
		Toplam	403,262	416					

Analiz sonuçları genel olarak incelendiğinde itici faktör boyutlarından toplumsal etkileşim ile katılımcıların meslek grupları arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Buna göre H1 kısmen kabul edilmiştir. Benzer şekilde itici faktör boyutlarından sağlık ile katılımcıların medeni durumları, yaş ve meslek grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. Böylece H2'de kısmen kabul edilmiştir. Çekici faktör boyutları ile demografik değişken arasındaki ilişki incelendiğinde ise, yalnızca alışveriş imkânı boyutu ile herhangi bir demografik değişken arasında istatistiksel bir anlamlılığa rastlanmadı görülmektedir. Buna göre H4 reddedilmiştir. Doğal çekicilik boyutu ile yaş, meslek grubu değişkenleri ve katılımcıların yaşadıkları bölgeler arasında; bölge değeri boyutu ile medeni durum ve katılımcıların yaşadıkları bölgeler arasında ve son olarak uygun ortam boyutu ile cinsiyet ve gelir değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Buna göre H3, H5 ve H6 hipotezleri kısmen kabul edilmiştir.

## TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma Balıkesir ili Edremit ilçesinde ikinci konut sahibi olan bireylerin görüşlerini itme ve çekme faktörleri kapsamında ortaya koymaktadır. Bu kapsamda elde edilen bilgilere göre, katılımcıları Edremit bölgesinde ikinci konut sahibi olmaya iten faktör boyutlarının Toplumsal Etkileşim ve Sağlık, çeken faktörlerin ise Doğal Çekicilik, Alışveriş İmkânı, Bölge Değeri ve Uygun Ortam olduğu belirlenmiştir.

İtici faktörlerden toplumsal etkileşim boyutu incelendiğinde, katılımcıların bölge gelenek ve göreneklerini ve farklı yaşam tarzlarını deneyimleme isteklerinin bulunduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan, katılımcılar kendi aile – arkadaş çevreleriyle zaman geçirmek istemektedirler. Bir diğer faktör boyutu olan sağlık incelendiğinde katılımcıların bu bölgenin sağlıkları açısından yararlı olacağına inandıkları görülmektedir.

Kaz dağlarının bu bölgede yer alması ve bölgenin eşsiz manzarası katılımcıların bu bölgeyi tercih etmesinde etkili olan doğal çekicilik faktörleri arasında yer almaktadır. Günümüzde gastronomiye olan ilginin arttığı bilinmektedir. Bu bilgiye paralel olarak çalışmanın alışveriş imkânı faktör boyutu incelendiğinde, katılımcıların bölgede bulunan yerel lezzetler ve ürünleri deneyimleme isteğinin bulunduğu görülmektedir. Öte yandan, katılımcıların bu bölgeyi tercih etmelerinde daimî konutlarına yakınlığın etkili olduğunu ifade ettikleri tespit edilmiştir. Demografik bilgiler incelendiğinde, katılımcıları ağırlıklı olarak evli ve 49-68 yaş aralığında oldukları görülmüştür. Katılımcıların gelirleri incelendiğinde %26,6 'sının 5001 TL ve üzeri, %23'ünün 2001-3000 TL aralıklarında olduğu görülmektedir. Buradan hareketle bu bölgede ikinci konut sa-

hiplerinin orta yaş ve üzeri grupta olduğu ifade edilebilir. Ayrıca katılımcıların gelirlerinin yüksek olduğu çıkarımı yapılabilir. Katılımcıların büyük çoğunluğu Marmara Bölgesinde yaşamaktadır. Katılımcılar ikinci konutları çoğunlukla yaz aylarında kullanmaktadırlar. Bununla birlikte, ikinci konutların kullanım süresi çoğunlukla 90 gün ve altındadır. Katılımcılar bölgenin güvenli ve emniyetli olduğunu düşünmektedirler. Suç oranlarının arttığı ve güvensizliğin yaygınlaştığı günümüzde, bölgeler hakkında bu anlamda olumlu düşüncelerin bulunması, bölge turizmine katkı sağlayacaktır. Ayrıca katılımcılar Edremit'te bulunan sahillerin temiz olmasının bu bölgeyi seçmelerinde etkili olduğunu belirtmişlerdir. Bölgede bulunan mavi bayraklı plajlar bu bilgiyi destekler niteliktedir (mavibayrak.org.tr, 2018).

Analizler sonucunda, itici faktörlerden sağlık boyutunun medeni duruma göre değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Evli katılımcılara göre sağlık boyutu, bekar katılımcılara oranla daha önemlidir. Bölge pazarlamasında bu noktada evli bireylere yönelik özel uygulamalar gerçekleştirilebilir. Çekici faktörlere bakıldığında, uygun ortam boyutunun cinsiyete, doğal çekicilik boyutunun ise medeni duruma göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

İtici faktör boyutlarından toplumsal etkileşim ve sağlık boyutları ile katılımcıların yaş grupları arasında anlamlı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda diğer yaş gruplarına göre 19-28 yaş grubu lehine anlamlı farklılık görülmüştür. Bu durum basılı veya sözlü iletişim kanallarında doğal ürünlere yönelim, doğayla bütünleşme isteği gibi faktörlerin sıkça dile getirilmesi sonucunda hemen hemen tüm kuşak grubundaki bireyleri olumlu etkilediği düşünülebilir.

Çekici faktör boyutları incelendiğinde, 19-28 ve 49-58 yaş gruplarında bulunan katılımcıların bölgenin doğal çekiciliğine daha fazla önem verdikleri düşünülmektedir. Burada bölgenin iklimi, bulundurduğu doğal güzellikleri ve Kaz dağlarının bölgede bulunması gibi faktörlerin etkili olduğu düşünülmektedir. Bu açıdan bakıldığında bölgenin doğal çekiciliğinin sürdürülebilirliğine dikkat edilmelidir. Yapılan bazı çalışmalarda (Okuyucu ve Somuncu, 2017; Türkmen, vd., 2018) ikinci konutların buldukları bölgelerin çevrelerine zarar verebildikleri belirtilmektedir.

Katılımcılar bölgeyi tercih ederken, emlak yatırımı yapma düşüncesine sahip olmadıklarını ve ikinci konutlarını kullanmadıkları sürelerde kolayca kiraya verebilme imkanının olmasının bölge seçimlerinde etkili olmadığını belirtmişlerdir. Ancak, kullanım sürelerinin kısa olması ve katılımcıların ikinci konutlarını kiraya verme niyetinde olmamaları göz önünde bulundurulduğunda, konutların kalan aylarda âtil durumda kaldığı yorumu yapılabilir. Bu anlamda, ikinci konutların turizme kazandırılarak daha verimli kullanılabileceğini

belirtmek mümkün olabilir. Ancak, Kozak ve Duman (2011) çalışmalarında bazı maliyetlerin yüksek olması, sosyal uyum ve ortak alanların kullanımı gibi oluşabilecek birçok sorunun ikinci konut sahiplerini konutlarını kiralama konusunda çekinceli davranmaya ittiğini belirtmişlerdir.

Katılımcıların ikinci konutlarının bulunduğu bölgeler ile doğal çekicilik ve bölge değeri boyutları arasında da anlamlı farklılıklar görülmektedir. Yapılan testler sonucunda Altınoluk ve Akçay mahallelerinin doğal çekicilik açısından, Güre ve Altınoluk mahallelerinin ise bölge değeri boyutu açısından daha önemli oldukları tespit edilmiştir. Altınoluk mahallesinde bulunan mavi bayraklı plajların sayısının çokluğu ve Akçay mahallesinin Kaz Dağlarına yakın olması katılımcıların görüşlerini doğrular niteliktedir. Öte yandan, Güre mahallesinde bulunan termal su kaynaklarının, bölgeyi emlak yatırımları konusunda cazip kıldığı ve bu konutların kolayca kiraya verilebileceği düşünülmektedir.

Erkoç (2017) tarafından Akçay mahallesinde yapılan çalışmada, ikinci konutların bölgede emlak fiyatlarını, arazi ve emlak satışlarını arttırdığı ve böylelikle yerel halkın bölgede gelir elde ettiği belirtilmektedir. Bu ifadeler ile araştırma sonuçları karşılaştırıldığında, katılımcıların Edremit bölgesinde emlak yatırımlarının cazip olduğunu düşünmesi örtüşmektedir. Öte yandan Erkoç (2017) çalışmasında ikinci konutların bölgede çeşitli güvenlik sorunlarına yol açabileceğini belirtse de bu çalışmada katılımcılar bölgenin ailelerine uygun ve güvenli bir bölge olduğunu ifade etmektedir. İkinci konutlar hakkında Urla'da yapılan bir çalışmada bölge seçiminde bölgenin coğrafi çekicilikleri, sosyo-ekonomik yapısı ve çevresel etkilerinin ikinci konut sahiplerini etkilediği belirtilmektedir. Temiz hava, deniz, ikinci konutun bulunduğu bölgenin birinci konuta yakın olması gibi etmenler bölgeye olan talebi arttırmaktadır. Ayrıca, Urla bölgesinde de ikinci konut kullanım süreleri Edremit bölgesinde olduğu gibi düşüktür ve bu konutlar genellikle yaz aylarında kullanılmaktadır. Ayrıca, bu bölgede ikinci konut sahibi olan bireyler de kullanmadıkları sürelerde ikinci konutlarını kiralama konusunda olumsuz düşüncelere sahiptir. (Zoğal, 2016). Bu açılardan bakıldığında çalışma sonuçları birbirini destekler niteliktedir.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir.

- Bölge turizmine katkı sağlamak ve ikinci konutların verimliliğinin artırılması adına kullanım sürelerinin uzatılmasına yönelik çalışmalar yapılabilir.
- Bölgenin doğal çekiciliğinin sürdürülebilirliğine dikkat edilmelidir.
- Kiralamalardan elde edilecek gelirin vergilendirilmesi ve güvenlikle ilgili bazı yasal problemler ortaya çıkabilecektir. Bu anlamda ikinci

konutların turizme kazandırılması adına çeşitli hukuki düzenlemeler yapılarak, bu konutların kiralanması teşvik edilebilir.

- Bölgede bulunan ikinci konutlara dair istatistiki araştırmalar yapılarak, daha sonra yapılabilecek planlama, araştırma ve geliştirme faaliyetleri için veri toplanabilir.
- Bölge halkı ve turistler, kamu kurumları ve sivil toplum örgütlerinin desteği ile bilinçlendirilerek bölgede bulunan doğal çevre güzelliklerinin sürdürülebilirliği sağlanabilir.
- Bu çalışmanın sonuçları yalnızca Edremit bölgesinde ikinci konutu olan ve bu araştırmaya gönüllü olarak katılan katılımcıların görüşleri ile sınırlıdır. İleriki çalışmalarda, ikinci konut sahipliği konusunda derinlemesine bilgi edinilmesi adına daha büyük örneklem seçilebilir. Ayrıca, Türkiye’de bulunan diğer ikinci konut yoğun bölgelerde benzer araştırmaların tekrarlanması ile araştırmalar karşılaştırılarak daha etkin ve derinlemesine sonuçlara ulaşılabilir.

## KAYNAKÇA

- Albayrak, A. (2013). Kış Turizmi Turistlerinin Seyahat Motivasyonları. 14. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*. Kayseri, 144-164.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. İstanbul: Sakarya Yayınevi
- Aydın, A. G. S. ve Sezerel, H. (2017). Seyahat Motivasyonlarına İlişkin Bir Yazın İncelemesi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 7(2), 118-140.
- Baloglu, S. ve Uysal, M. (1996). Market Segments Of Push And Pull Motivations: A Canonical Correlation Approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 8 (3), 32-38.
- Chaplin, D. (1999). Consuming Work/Productive Leisure: The Consumption Patterns Of Second Home Environments. *Leisure Studies*, 18(1), 41-55.
- Chon, K.S. (1989). Understanding Recreational Traveler's Motivation, Attitude and Satisfaction. *The Tourist Review*, 44(1), 3-7, <https://doi.org/10.1108/eb058009>
- Clout, H. D. (1972). Second Homes in the United States. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 63(6), 393-401.
- Cohen, E. (1972). Toward Sociology Of International Tourism. *Social Research*, 39(1): 164-182.
- Crompton, J. (1979). Motivations of Pleasure Vacations. *Annals of Tourism Research*, 6(4): 408-424.
- Dann, G. (1977). Anomie, Ego-Enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research*, (4): 184-194.
- Dann, G. (1981). Tourist Motivation- an Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2): 187 – 219.
- Emekli, G. (2014). İkinci Konut Kavramı Açısından Turizm Coğrafyasının Önemi Ve Türkiye'de İkinci Konutların Gelişimi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 23(1). 25-42.
- Erkoç, Ö. (2017). Yerli Halkın Turizmde İkinci Konutların Gelişmesine Yönelik Algılarının Belirlenmesi: Akçay Örneği. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Karabük Üniversitesi, Karabük.
- Garson, David G. (2012). *Testing Statistical Assumptions*, Statistical Publishing Associates: USA. <http://www.statisticalassociates.com/assumptions.pdf> adresinden 05.10.2018 tarihinde erişilmiştir.



- George, D. ve Mallery, M. (2010). *Spss For Windows Step By Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 update*, Boston: Pearson
- Güney Marmara Kalkınma Ajansı. (2013). İkinci Konutlar Turizme Kazandırılacak. 13 Eylül 2018 tarihinde <https://www.gmka.gov.tr/haber/ikinci-konutlar-turizme-kazandirilacak> adresinden erişildi.
- Haley, R. (1968). Benefit Segmentation: A Decision Oriented Research Tool. *Journal of Marketing*, 23, 30-35.
- Harman, S. (2014). Bağımsız Seyahat Eden Yerli Gezginlerin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21): 107-128.
- Hürriyet Gazetesi. (2016). Nüfusları 10'a katlandı. 07 Eylül 2018 tarihinde <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/nufuslari-10a-katlandi-40131835> adresinden erişildi.
- Jaakson, R. (1986). Second-Home Domestic Tourism. *Annals of Tourism Research*, 13, 367-391.
- Jamrozy, U. Ve Uysal, M. (1994). Travel Motivation Variations Of Overseas German Visitors. In, Muzaffer Uysal (Ed.) *Global Tourist Behavior*. Binghamton: International Business Press.
- Juho, P., Raija, K., Christopher, K. ve Mike, P. (2011). Understanding The Relationship Between Push And Pull Motivations İn Rural Tourism. *Tourism Review*, 66(3), 32-49.
- Kahle, L.R ve Kennedy, P. (1989). Using the List of Values (LOV) to Understand Consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 6(3), 5-12.
- Kay, P. (2003). Consumer Motivation İn A Tourism Context: Continuing The Work Of Maslow, Rokeach, Vroom, Deci, Haley And Others. In *ANZMAC 2003: A celebrations of Ehrenberg and Bass: Marketing discoveries, knowledge and contribution: Proceedings of the 2003 Australian and New Zealand Marketing Academy Conference (600-614)*. ANZMAC.
- Kılıçarslan, Ç. (2009). İkinci Konutların Deniz Kıyılarına Etkisi. *Turkish Journal of Forestry*, 1, 147-156.
- Kim, S. S., Lee, C.-K. ve Klenosky, D. B. (2003). The İnfluence Of Push And Pull Factors At Korean National Parks. *Tourism Management*, 24(2), 169-180.
- Kozak, M. ve Duman, T. (2011). İkinci Konutların Turizm Sektörüne Kazandırılması: Muğla İli Datça İlçesi Örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12 (2), 226-242.
- Lee, E. S. (1966). *A Theory of Migration*. *Demography*, 3(1), 47-57.

- Manisa, K. ve Görgülü, T. (2008). İkincil Konutların Turizm Sektöründe Yeniden Kullanılabilmesine İlişkin Bir Model. *YTÜ Mim. Fak. E-Dergisi*, 3(2).
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. 09.09.2018 tarihinde <http://psycnet.apa.org/record/1943-03751-001> adresinden erişildi
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality*. Harper & Row.
- Mavi Bayrak Türkiye. (2018). Mavi Bayraklı Plajlar. 15 Eylül 2018 tarihinde [http://www.mavibayrak.org.tr/tr/plajListesi.aspx?il\\_refno=10](http://www.mavibayrak.org.tr/tr/plajListesi.aspx?il_refno=10) adresinden erişildi.
- Okuyucu, A. ve Somuncu, M. (2006). İkinci Konut Sahipliliğinde Motivasyon, Sosyo-Demografik Özellikler Ve Seyahat Karakteristikleri Arasındaki İlişkiler: Yalova-Çınarcık Örneği. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 14(1), 39-56.
- Okuyucu, A. ve Somuncu, M. (2017). İkinci Konutların Sosyo-Kültürel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Tutumları: Yalova-Çınarcık Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28(2), 257-268.
- Özsoy, T. (2015). Türkiye’de İkincil Konutların Turizmin Pazarlanmasında Kullanımı. *Kafkas University Faculty Of Economics And Administrative Sciences Journal*, 6(10), 1.
- Pearce, P. L. ve Lee, U. I. (2005). Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation. *Journal of Travel Research*, 43(3), 226-237.
- Pizam, A. ve Mansfeld, Y. (1999). *Consumer Behavior in Travel and Tourism*. Psychology Press.
- Tikkanen, I. (2007). Maslow’s Hierarchy And Food Tourism İn Finland: Five Cases. *British Food Journal*, 109(9), 721-734, <https://doi.org/10.1108/00070700710780698>.
- Turnbull, D. R. ve Uysal, M. (1995). An Exploratory Study of German Visitors to the Caribbean: Push and Pull Motivations. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 4(2), 85-92.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2017). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları. 13 Eylül 2018 tarihinde [http://tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1059](http://tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059) adresinden erişildi.
- Türkmen, S.; Oflaz, M.; Buzlukçu, C. ve Avcıkurt, C. (2018). Yerel Halkın Yazlıkçılara Yönelik Algıları: Altınoluk Örneği. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(41), 185-201.
- Vroom, V.H. (1964). *Work and Motivation*. New York: Wiley.

- Witt, C.A. ve Wright, P.L. (1992). *Tourism Motivation: Life After Maslow*. Peter Johnson ve Barry Thomas (Ed.), *Choice and Demand in Tourism*. London: Mansell.
- Yazıcıoğlu, Y.; Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yuan, S. ve McDonald, C. (1990). Motivational Determinates of International Pleasure Time. *Journal of Travel Research*. 29(1), 42–44.
- Zoğal, V. (2016). *Urla'da (İzmir) İkinci Konutların Turizm Coğrafyası Yaklaşımıyla Değerlendirilmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi)*. Ege Üniversitesi, İzmir.



# TURİSTLERİN GIDA KARAR SÜRECİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ<sup>1</sup>

## Designation of the Influential Factors during the Food Decision Process of the Tourists at the Destination

Gönderim Tarihi: 19.09.2018

Kabul Tarihi: 09.11.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492914

Büşra DİKEN\*

Göksel Kemal GİRĞİN\*\*

**ÖZ:** Gıda tüketimi, günümüzde turizmin vazgeçilmez bir parçası ve turizm hareketlerinde de önemli bir motivasyon kaynağıdır. Diğer bir açıdan ise gıda kavramı destinasyonların pazarlanması ve tanıtılmasında son derece önemli bir unsurdur. Bir destinasyonda gıda kültürünün gelişim göstermesi ve farklı talep unsurları tarafından destinasyonun gıda kültürünün bilinirliğinin artması bölge turizmi için son derece önem taşımaktadır. Bu bağlamda bir destinasyonu ziyaret eden bireylerin gıda tüketim davranışlarının incelenmesi son derece önemlidir. Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörleri belirlemek amacıyla yönelik yapılan bu çalışmada ilk olarak gıda karar sürecine ilişkin alanyazın taraması yapılarak kuramsal bilgilere ulaşılmıştır. Bunun neticesinde de birincil verilerin toplanma aşamasına geçilmiş ve veri toplama aracı olan anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın anket formu 2 bölümden ve toplamda 65 sorudan oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümü katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ve seyahat davranışlarına ilişkin 12 sorudan oluşurken anketin ikinci bölümünde ise turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörleri belirlemeye yönelik Mak vd., (2012)'nin çalışmasına dayanarak Martinez (2015) tarafından geliştirilen turistlerin gıda kararında etkili olan ifadeleri içeren 5 boyut (Kültürel ve Dini Faktörler; Sosyo-Demografik Faktörler; Motivasyon Faktörleri; Kişisel Tercihler ve Geçmiş Deneyimler) 53 ifade yer almaktadır. Araştırma sonucunda ise; turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerin ilk ve en çok olarak "Duyusal Çekicilik" faktörü, ikinci

<sup>1</sup> Bu çalışma Büşra Diken tarafından Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Dr. Öğr. Göksel Kemal Girgin danışmanlığında yürütülen "TURİSTLERİN DESTİNASYONLARDAKİ GIDA KARAR SÜRECİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiş ve Balıkesir Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından BAP 2017/09 kodlu proje ile desteklenmiştir. Teşekkür ederiz.

\* Balıkesir Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, busra\_diken1745@hotmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-0152-1524.

\*\* Dr.öğr.Üyesi., Balıkesir Üniversitesi/Turizm Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, girgin@balikesir.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-9000-5256.

olarak “Kültürel ve Otantik Deneyim” faktörü daha sonra “Geçmiş Deneyim” dördüncü olarak “Kişisel Tercih” faktörü beşinci olarak “Yerel Gıda ve Özgünlük” faktörü altıncı olarak “Aşinalık ve Gıdaya İlişkin Tecrübe” faktörü, son ve en az olarak da “Hatıra ve Öğrenme İsteği” faktörünün etkili olduğunu söylemek mümkündür

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi, Gastronomi Turizmi, Gıda Karar Süreci.

**ABSTRACT:** Food consumption is an indispensable part of tourism today and is also an important source of motivation in tourism movements. On the other hand, the concept of food is an extremely important factor in the marketing and promotion of destinations. The growing popularity of food culture in a destination and the increasing awareness of food cultures destined for different demand elements is of utmost importance for tourism in the region. In this context, it is extremely important to examine the food consumption behavior of individuals visiting a destination. In this study, it is aimed to determine the factors that are effective in the food decision process of tourists. The study consists of five basic parts. In the introductory part of the first part of the work, the problem of work, the aim, the precaution, the assumptions, the limitations and the definitions are included. In the second part, the related literature is given. In the method part which is the third part of the study, the model of the research, the universe and the sample, the data collection tool and technique, and the data collection process are discussed. The fourth part consists of the findings and interpretations of the research and the fifth and final part consists of the conclusions obtained in the in the light of the findings and suggestions regarding to these conclusions. The data used in the study were obtained by the questionnaire method and evaluated by means of statistical analyzes. As a result of the research, it was determined that there was a significant and positive relationship between the food decision process of the tourists and the factors affecting the food decision process.

**Keywords:** Gastronomy, Gastronomy Tourism, Food Decision Process.

## GİRİŞ

Gastronomi, kavram olarak son birkaç yüzyılda önemli bir gelişim göstermiş ve bu gelişimin getirmiş olduğu etkiyle birlikte fizyolojik bir ihtiyaçtan sıyrılarak psikolojik ve sosyolojik bir olguya dönüşmüştür. Bu aşamada gıda olgusu başta beslenme ve diyetetik, ekonomi, sanat gibi pek çok farklı akademik disiplinin ilgi odağı haline gelmiştir. Gastronomi ve turizm arasındaki ilişki ise göz ardı edilemeyecek bir geçektir. Alanyazında gastronomi öğeleri, turist deneyiminin önemli bir parçası olarak kabul edilmiş olup; destinasyonların çekiciliğini artırma, turizm sezonunu uzatma ve turistlerin tatil deneyimini zenginleştirme gibi etkileri olduğu bir çok araştırmada vurgulanmıştır (Nebioğlu, 2016: 1).

Gastronomi öğeleri bazen bir destinasyonun seçilmesinde ana etken olsa da çoğu zaman turistik deneyimin bir parçası olarak destinasyonun tanınırlığını ve tekrar ziyaret edilme oranını artıran bir güdüleyici konumundadır. Turistlerin destinasyonlarda gerçekleştirmiş oldukları gastronomi deneyimleri onla-

rın aynı zamanda kültürel bir deneyim yaşamasına da olanak sağlamış olmaktadır. Bu durum gastronomik faaliyetlerin turizm endüstrisi ile olan ilişkisini ortaya koymaktadır (Eren, 2016: 2).

Turistlerin seyahat giderleri içerisinde gıda harcamaları bütçelerinin yaklaşık üçte birini oluşturmaktadır (Wu, 2014: 1). Oldukça yüksek bir orana sahip olan gıda harcamaları aynı zamanda her geçen gün artan bir ivmeye de sahiptir (Girgin, 2018: 794). TÜİK (2018) verilerine göre Türkiye'nin Ocak, Şubat ve Mart aylarından oluşan 1. çeyrekte elde ettiği turizm geliri bir önceki yılın aynı çeyreğine oranla %31,3 artarak kişi başı 723 \$' a yükselmiştir. Turizm harcamaları içerisinde kesinti yapma olasılığı en düşük alanın gıda harcamaları olduğu göz önüne alındığında (Jingjing, 2012: 2). Turistlerin gıda seçimlerinde etkili faktörleri tespit etmek son derece önem arz eden bir konu haline gelmektedir.

Gastronomi kavramının her geçen gün artan bir öneme sahip olması nedeniyle bu alanda yapılan çalışmalarda da artış görülmektedir. Uluslararası ve ulusal alanyazın incelendiğinde turistlerin gıda tüketimine odaklanmış çeşitli araştırmalara (Kim vd., 2009; Chang vd., 2010; Mak vd., 2012; Kim ve Eves, 2012; Martinez, 2015; Amuquandoh ve Asafo-Adjei, 2013; Şanlıer, 2005; Şengül ve Türkay, 2016; Bayrakçı ve Akdağ, 2016; Girgin ve Karakaş, 2017; Girgin, 2018) rastlanmıştır. Fakat turistlerin gıda tüketim motivasyonlarının belirlenmesine yönelik ulusal alanyazın oldukça yenidir. İlgili alanyazın incelendiğinde hem yerli hem yabancı turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörleri belirlemeye yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle yapılmış olan bu çalışmanın alanyazına katkı sağlayarak ileride yapılacak çalışmalar için yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Ayrıca araştırma doğrultusunda geliştirilecek öneriler ile ağırlama işletmeleri, destinasyon pazarlamacıları ve tur operatörlerine katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

## LİTERATÜR TARAMASI

### Turistlerin Gıda Karar Süreci

Tüketici davranışlarını inceleyen çalışmaların asıl amacı bireylerin kararlarının nedenlerini belirlemektir. Satın alma kararı verme ile marka bilinci ve sadakati oluşumunda etkili olan bir takım içsel faktörler (motivasyon, tutum, inanç, kişilik özellikleri vb.) ve bir takım dışsal faktörlerin (demografik özellikler, kültürel yapı vb.) etkili olduğu bilinmektedir ve tüketici davranışlarını belirlemek amacıyla psikoloji, sosyoloji, pazarlama, kültürel antropoloji, ekonomi ve coğrafya gibi pek çok alanda çalışma yapılmıştır. Gıda tüketim kararıyla ilgili az çalışma var gibi gözükse de aslında bu alanların hepsi genel olarak gıda tüketimine yer vermiştir. Ve turizmde gıda tüketimi konusunda yol gösterici olmuştur (Mitchell ve Hall, 2003: 61).



Günümüzde gelişen imkanlar neticesinde gıdalar hemen hemen her yerde erişilebilir ve kullanılabilir hale gelmiştir. Gıda çeşitliliğinin bu derece artması bireylerin gıda seçim kararı vermesinde zorlanmalarına neden olabilmektedir. Araştırmalar neticesinde çoğu insanın günde 220'den fazla gıda ile ilgili karar verdiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Gıda seçim kararları sadece gıda ile ilgili kararları değil aynı zamanda yer, sosyal aktivite, zaman ayırma gibi kararları da kapsamaktadır (Sobal vd., 2009: 37-38).

Gıda seçim kararı son derece karmaşık bir süreci kapsamaktadır. Fakat bireyler daha çok gıda seçiminde hedonik nedenlerin etkili olduğu görüşünü savunmaktadır. Bununla birlikte gıda karar verme sürecinin altında yatan daha başka nedenler de vardır. Alışkanlıklar, ihtiyaç ve açlık hissi, sağlık, zevk, kolaylık, geleneksel faktörler kültürel etkiler, sosyalleşme, fiyat, kilo kontrolü, sosyal normlar gıda seçiminde etkili olan faktörler arasındadır (Thuy, 2015: 79-80).

Thuy (2015) tarafından yapılan çalışma sonucunda elde edilen verilere göre yemek yeme olgusu açlık hissini gidermekten öte çeşitli motivasyon faktörlerin tatmin edilmesine yönelik gerçekleştirilen bir olgudur. Ayrıca gıda seçiminde günün hangi zaman diliminde olduğunun da etkisi vardır. Gündüzleri daha çok fiziksel ihtiyaç odaklı gıda tüketilirken geceleri psikolojik veya duyuşal gıda seçimleri gerçekleşmektedir.

Evden uzakta yemek yeme faaliyetlerinin kökeni Antik Yunan'da halka açık restoranlardan, Ortaçağ han ve tavernalarında düzenlenen eğlencelere kadar dayanmaktadır. 20. yüzyıla gelindiğinde ise dışarıda yemek yeme olgusu sosyal yaşamın bir parçası olan zevk ve eğlence biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanların tercihleri değişim gösterdiği sürece yemek yeme kavramının da gelişimi devam etmektedir. Bu sebeple alışılmışın dışında yemek yeme davranışları tatilleri süresince turistlerinde ilgisini çekmektedir (Martinez, 2015: 12).

Turistlerin seyahatleri sırasında gıda tüketimleri öncelikle biyolojik ihtiyacın bir getirisidir. Fakat gıda seçim kararı verme süreci daha derinlemesine bir olgudur. Turistler ziyaret etmiş oldukları destinasyonlarda fiziksel ihtiyaçlarıyla toplumsal rollerin getirmiş olduğu alışkanlıkları birleştirerek gıda seçimi yapmaktadırlar (Martinez, 2015: 12).

Turistlerin gıda seçim kararlarında; menşei, din, yaş, cinsiyet, eğitim, yaşam standardı gibi faktörler etkili olmaktadır. Seyahat sırasında Japon, Fransız ve İtalyan turistlerin destinasyonlarda yerel gıdalardan kaçındığı alışık oldukları gıdaları aradıkları Amerikalı turistlerin ise o yöreye özgü gıdalara karşı kararsız kaldığı gözlenmektedir (Amuquandoh ve Asafo-Adjei, 2013: 990). Benzer şekilde Telfer ve Wall (2000)'in yaptığı araştırmada da Endonezya'yı ziyaret eden Asyalı turistlerin yerel gıdaları tercih ettiği fakat Avrupalı turistlerin ise daha çok ithal yiyeceklere yöneldiği görülmektedir.

Sosyo-demografik değişkenlerin de kişilerin gıda tercihini etkilediği bilinmektedir. Bireylerin besin tercihleri de dahil olmak üzere, gıda tüketimi tercihleri, çocukluktan ergenliğe ve yetişkinlik dönemine kadar değişmektedir. Aynı şekilde cinsiyet, gıda tercihlerini etkileyen diğer bir fizyolojik durumdur. Erkekler ile kadınlar arasında gıda tercihleri açısından farklılıklar görülmektedir. Örnek verilecek olursa kadınlar meyve ve sebze yi erkeklerden daha fazla tercih etmektedirler. Bazı araştırmacılar ise eğitim seviyesi ile gıda tercihi arasında ilişki olduğu kanısına varmışlardır. Eğitim seviyesi yüksek olan insanlar daha fazla yeni gıda arayışı eğilimindedir. Çünkü gıdalar hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak istemektedirler. Bu grupta yer alan insanlar genellikle var olan tabu ve geleneklere bağlı kalmayı tercih etmemektedirler (Amuquandoh ve Asafo-Adjei, 2013: 990).

Tarih boyunca gıda seçim kararı vermede önemli olan diğer bir faktör ise dindir. Çünkü din ve yemek hayatımızın her dönemini kapsayan önemli kilometre taşlarını oluşturmaktadır. Toplumların sahip olduğu inanç sistemleri ve bunların ortaya çıkardığı toplumsal normlar gıda seçiminde oldukça önemli bir etkiye sahiptir (Just vd., 2007: 793).

Gıda seçimi, görünüşte basit ancak birçok faktörün etkileşimi sonucu meydana gelen karmaşık bir davranıştır. Gıda seçim kararını oluşturan faktörlerden her birinin bilimsel alanda ilişkili olduğu disiplinler vardır. Örneğin tüketilen gıdanın biyolojik ve fizyolojik olarak açlık ve susuzluğu gidermesi, besin değeri yüksek gıdalar olması gerekmektedir. Sosyolojik alanda gıdanın kültür ve geleneklere uygun olması, sosyal statü açısından tatmin edici bir doyum sağlaması gerekmektedir. Bununla birlikte psikolojik olarak beklentileri karşılaması, kişisel özelliklere uygun olması gerekmektedir. Ekonomik anlamda ise uygun fiyatta ve birey için en yüksek fayda sağlayan gıdalar tercih edilmektedir (Köster, 2009: 70).

### **Turistlerin Seyahat Sırasında Gıda Tüketimleri**

Turizm faaliyetleri sırasında olası tüm harcamalar arasında kesinti yapma olasılığı en düşük bütçe gıda tüketimine ayrılmış olan bütçedir. Destinasyonu ziyaret eden her turist muhakkak ziyaret ettiği o bölgede yemek yemektedir. Gıda tüketimi, turistlerin en temel ihtiyaçlarından biri olduğu için turizm hizmetlerinin de ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Turistler seyahatleri süresince bütçelerinin yaklaşık üçte birini gıda tüketimine ayırmaktadırlar. ABD’de yapılan bir araştırma sonucunda turistlerin restoranlarda yemek yeme faaliyetleri en gözde etkinlikler arasında ikinci sırada yer aldığı restoranların ise gelirlerinin yaklaşık %50’sini turistlerden elde ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda gıda tüketimi turistik bölgelerin ekonomisine birinci dereceden katkı sağlamaktadır (Jingjing, 2012: 2; Altintzoglou vd., 2016: 120).

Turistlerin seyahatlerinden memnun kalmaları ile gıda tüketimi arasında pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. Kivela ve Crofts (2006) gastronomi unsurlarını kişinin beş duyusuna birden (görme, duyma, koku, tat, hissetme) aynı anda hitap eden unsurlar olarak ifade etmişlerdir. Bu nedenle seyahat sırasında turistlerin kimi, destinasyonlarda deneyimledikleri gıdalardan yüksek memnuniyet sağlarken kimisi için de bu deneyim aynı şekilde memnuniyetsizlikle sonuçlanabilmektedir. Özetle gıda tüketimi turistlerin genel izlenim ve memnuniyetlerinde son derece önemli faktörlerden birisini oluşturmaktadır (Kivela ve Crofts, 2006: 355).

Turistler seyahatleri sırasında evlerinin konforunu arayabilirler. Daha çok macera arayışından uzak olan turistlerde görülen bu yaklaşımda gıda tüketimi, destekleyici bir faktör olarak algılanmaktadır. Bu tür bireyler günlük rutinlerini sürdürmek ve fiziksel ihtiyaçlarını gidermek için gıda tüketmektedirler. Aşına oldukları gıdaları tercih etmek buldukları ortamda kendilerini güvende ve rahat hissetmelerini sağlamaktadır. Maceraperest turistler için ise durum daha farklıdır. Onlar için seyahat sırasında gıda tüketimi keyif ve macera dolu bir arayıştır. Bu tür turistler seyahatleri sırasında değişik ve yeni gıdalar deneyimleme eğilimindedirler bir süreliğine alışkanlık ve tercihlerine uzak kalmayı ve yeni, alışılmamış gıda tüketimine ağırlık vermeyi tercih etmektedirler. Bu tür turistler için gastronomik faaliyetler destinasyon seçiminde önemli bir rol oynamaktadır (Jingjing, 2012: 46).

Amuquandoh ve Asafo-Adjei (2013) tarafından Gana'yı ziyaret eden turistler üzerinde uygulanan araştırma sonucunda cinsiyet, yaş, eğitim durumu, menşei ve din gibi sosyo-demografik özelliklerin turistlerin gıda tüketimini etkileyen önemli faktörler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Medeni durum dışında kalan diğer sosyodemografik değişkenler ile turistlerin geleneksel gıda tercihleri arasında belirgin bir ilişki olduğu araştırma sonucu elde edilen diğer bir bulgudur.

Turizm faaliyetleri sırasında gıda tüketimi zorunlu bir olgudur çünkü yemek yeme faaliyetleri yaşamın devamı için gerekli olan bir faktördür. Turistlerin seyahatleri sırasında gıda tüketimleri birçok açıdan ele alınarak incelenmiştir: Torres (2002), ortalama gelire sahip dünya vatandaşlarının artık daha geniş bir etnik yemek ve ürün yelpazesine maruz kalma oranının arttığını ve bu nedenle bu eğilimin yerel özel ürünler ve yerli mutfaklar için daha fazla talep uyandırdığını iddia etmektedir. Kim vd., (2009), turistik destinasyonlardaki yerel yiyecek ve içecek tüketimini etkileyen faktörleri incelemiş ve motivasyon faktörleri, demografik faktörler ve fizyolojik faktörler olmak üzere üç faktör altında toplamıştır. Chang vd., (2011) Çin Halk Cumhuriyeti, Hong Kong ve Tayvan'dan Avustralya'yı ziyaret etmek için gelen turistleri gözlemleyerek ve onlarla mülakatlar yaparak Çinli turistlerin gıda tercihlerini farklı bir kültürel çevrede derinlemesine bir anlayışa dönüştürmüşlerdir.

Aikman vd., (2006), gıda tüketimini etkileyen faktörleri genişleterek duygusal ve bilişsel faktörlerin ötesinde daha farklı faktörlerde olduğunu dile getirmişler ve gıda tüketimini etkileyen faktörleri beş faktör altında kavramsallaştırmışlardır. Gıda tüketimini etkileyen beş faktör sevinç, gevşeme, sakinleşme, heyecanlanma gibi olumlu etkiler; suçluluk, utanma, tiksinti gibi olumsuz etkiler; sağlıklı, az kalorili, besleyici gibi soyut bilişsel nitelikler; tat, koku, doku gibi özel algılayıcı nitelikler ve ekşi, tuzlu, yağlı gibi genel duygusal niteliklerden oluşmaktadır.

Turistler ziyaret ettikleri destinasyonlarda aşına oldukları ham maddelerle veya aşına olduklarına benzer hammaddelerle hazırlanan inanç ve kendi kültürlerine benzerlik gösteren gıdaları tercih edebilmektedir. Dolayısıyla turistlerin bu tercihleri seyahat sırasında gıda tüketimini kültür ve dinin şekillendirdiğini göstermektedir (Omar vd., 2015: 325). Gıda seçimini etkileyen diğer faktörler ise, tat ve duygusal özellikler, gıdanın kalitesi gibi faktörler olabilirken, seyahat sırasında farklı gıdalara duyulan ilgi neticesinde destinasyonların sahip olduğu geleneksel yiyecekler veya turistlerin otantik olarak algıladıkları yerel mutfak unsurları da olabilmektedir. Aynı zamanda turistlerin gıda seçiminde geçmiş tecrübeler, yaşadıkları coğrafyanın etkileri de görülebilmektedir (Altintzoglou vd., 2016: 121).

Hjalager ve Richards (2002) yapmış oldukları çalışmada seyahat sırasında yerel gıdaları deneyimlemenin hem kültürel etkinlik hem de eğlence açısından turizm deneyiminin önemli bir parçası olduğunu belirtmişlerdir. Tatil sırasında tüketilen yerel gıdalar, yeni lezzet ve farklı gelenekler turistlerin ziyaret etmiş oldukları destinasyonları daha yakından tanımalarında yardımcı olmaktadır.

Fields (2002), tarafından gerçekleştirilen çalışmada gastronomik açıdan turist memnuniyetini etkileyen motivasyon faktörlerinin neler olabileceği sorusuna cevap aranmıştır. Bu çalışmada yer alan motivasyon faktörleri: fiziksel motivasyon, kültürel motivasyon, kişiler arası motivasyon ve statü ve prestij motivasyonu olarak kavramsallaştırılmıştır. Fiziksel motivasyonlar bir kişinin beden ve zihninde ferahlık, fiziksel dinlenme, rekreasyon isteği, spor aktiviteleri gibi fiziksel gerilimin azaltılmasına yönelik etkinliklerdir. Ayrıca, bir destinasyondaki yiyeceklerin, görme, haz ve koku gibi insanın duygusal algıları yoluyla fiziksel bir deneyim yaşamasına da yardımcı olduğunu dile getirmiştir. Kültürel motivasyon faktörü, yalnızca yaşam tarzı, müzik, yemek ve dans gibi farklı kültürleri deneyimlemekle kalmayıp, aynı zamanda kültürel faaliyetler açısından diğer ülkeler hakkında bilgi edinme ihtiyacıyla da ilgilidir. Kişiler arası motivasyon faktörü ise, yeni insanlarla tanışma, aile ve arkadaşlar ile vakit geçirme, arkadaşlarını ziyaret etme ya da rutin ilişkilerden kurtulma arzusuyla ilgilidir. Son olarak statü ve prestij motivasyonu, benlik saygısı başkaları

tarafından dikkat çekme isteği gibi anlamlara gelmektedir. Bu faktöre örnek olarak güzel bir yerde güzel bir yemek yenmesi sosyal statü açısından kişinin başkalarından ayırt edilmesine yardımcı olmaktadır.

Gıda tüketiminde en önemli unsurlardan biri de tüketilen gıdaların sağlıklı olmasına özen göstermektir. Tüketiciler gıdaların sağlıklı olmasının yanı sıra; lezzet, beslenme, maliyet ve gıdaların rahatlığına da önem vermektedir (Kim vd., 2009: 426). Ayrıca Mooney ve Walbourn (2001) bazı gıdalardan kaçınan kişilerin kilo, sağlık ve doğal olmayan maddeler konusunda endişe etme eğiliminde olduklarını ortaya koymuştur. Lockie vd., (2004), tüketicilerin organik gıdaları satın alma istekliliklerinin organik gıdaların algılanan sağlık yararlarına bağlı olduğunu ileri sürmüştür.

Kim vd., (2009) turistlerin seyahatleri süresince yerel gıda tüketimlerini daha iyi anlayabilmek üzere bir model geliştirmiştir. Bu model üç kategoriden oluşmaktadır: Motive edici faktörler (heyecan verici deneyim, rutinden kurtulma, sağlık endişesi, özgün deneyim, bilgi edinme, beraberlik, saygınlık, duyuşal itiraz ve fiziksel çevre); Demografik faktörler (cinsiyet, yaş ve eğitim); ve psikolojik faktörler yani gıda neofilisi (yeniliğe açık olma) ve gıda neofobisi (yenilikten korkma).

Yurtseven ve Kaya (2011) tarafından Gökçeada'da yerel gıda tüketimini etkileyen faktörler belirlemeye yönelik gerçekleştirilen araştırma da beş motivasyon faktörü üzerinde durulmuştur. Bu faktörler: Tat kalitesi, otantik deneyim, kırsal kalkınma, sağlık kaygısı ve bilgi olarak ifade edilmiştir.

### **Turistlerin Seyahat Sırasında Gıda Tüketimini Etkileyen Faktörler**

Gıda seçimi, bir kişinin satın alma, tüketim veya herhangi bir nedenle gerçekleştirdiği bir takım bilinçli ve bilinçsiz kararlar bütünüdür. Gıda seçimi aynı zamanda hayatın sembolik, ekonomik ve sosyal yönlerinde de önemli bir rol oynamaktadır çünkü gıda tercihleri, kimlik ve kültürel özellikleri de ifade etmektedir (Mak vd., 2012: 3).

Gıda tüketimini etkileyen çok çeşitli faktörler söz konusudur. Fakat araştırmacılar genel olarak bu faktörleri bireysel faktörler, gıda ile ilgili faktörler ve çevre faktörleri olmak üzere üç geniş kategoriye ayırmaktadır. Gıda ile ilgili faktörler lezzet, aroma, doku ve görünüm gibi duyuşal özellikler olarak karşımıza çıkarken, çevre ile ilgili faktörler sosyal, kültürel, ekonomik ve fiziksel özellikleri göstermektedir. Bireysel faktörler ise sosyo-kültürel, psikolojik ve fizyolojik faktörlerdir. Bu faktörlerin gıda tüketim davranışı üzerinde doğrudan ve dolaylı olarak etkili olduğu kabul edilmektedir (Martinez, 2015: 16).

Mak vd., (2012) tarafından yapılan çalışmada turizm alanyazınındaki mevcut çalışmalar gözden geçirilerek turistlerin seyahatleri sırasında gıda tüketimleri beş faktör altında toplanmıştır. Bu faktörler: Kültürel ve dini faktörler, sosyo-demografik faktörler, motive edici faktörler, kişilik özellikleri ve geçmiş deneyimlerden oluşmaktadır. Mevcut çalışmada da Mak vd., (2012) tarafından kavramsallaştırılan model kullanılacaktır.

## YÖNTEM

Hazırlanan anket formu 2017 yılı Aralık ve 2018 yılı Şubat ayları arasında İstanbul'u ziyaret eden yerli ve yabancı turistlere yüz yüze görüşme tekniğiyle uygulanmıştır. Araştırmada maliyet ve zaman gibi kısıtlılıklar göz önüne alındığında evrenin tamamına ulaşılmasının olanaksız olmasından dolayı, örneklem alınması yönteminden yararlanılmıştır. Bu sebeple Altunışık vd., (2015: 137) tarafından oluşturulan örneklem tablosu dikkate alınarak evren sayısı yüz bin ve üzerinde olması nedeniyle, örneklemin 384 adet olması araştırma için kabul edilebilir sayıyı temsil etmektedir. Kolayda örneklem alma tekniğinin uygulandığı çalışmada arzu eden herkes örnekleme dâhil edilmiş ve toplamda 450 kişiye anket uygulanmış fakat bu anketlerin 439'u değerlendirilmeye alınmıştır. Belirlenen örneklem büyüklüğünün, % 95 düzeyinde evreni temsil edeceği ve elde edilen sonuçların evrenin tamamına genellenebilmesine imkân tanınması açısından yeterli büyüklükte olduğu düşünülmektedir. Araştırmanın anket formu 2 bölümden ve toplamda 65 sorudan oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümü katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ve seyahat davranışlarına ilişkin 12 sorudan oluşmaktadır. Anketin ikinci bölümünde ise turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörleri belirlemeye yönelik Mak vd., (2012)'nin çalışmasına dayanarak Martinez (2015) tarafından geliştirilen turistlerin gıda kararlarında etkili olan ifadeleri içeren 5 boyut (Kültürel ve Dini Faktörler; Sosyo-Demografik Faktörler; Motivasyon Faktörleri; Kişisel Tercihler ve Geçmiş Deneyimler) 53 ifadeden oluşmaktadır. Ölçekte yer alan ifadeler için 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır. Buna göre ifadeler 1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum şeklinde düzenlenmiştir. Anket yoluyla elde edilen verilerin analizi için SPSS 23.0 paket programından (Statistical Package for Social Science - Version 23.0) yararlanılmıştır.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde farklı istatistik yöntemleri kullanılmış ve araştırma sonucunda elde edilen bulgular aşağıda özetlenmiştir.



**Tablo 1: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Analizi Sonuçları**

Sosyo-Demografik Değişkenler	N	%	
Cinsiyet	Kadın	202	46,0
	Erkek	237	54,0
Yaş	18-24	136	31,0
	25-34	148	33,7
	35-44	77	17,5
	45-54	53	12,1
	55 yaş ve üstü	25	5,7
Medeni Durum	Evli	160	36,4
	Bekâr	279	63,6
Çocuk	Evet	144	32,8
	Hayır	295	67,2
Yıllık Gelir	25,000\$ ve Altı	118	26,9
	25,001-49,999\$	92	21,0
	50,000-74,999\$	87	19,8
	75,000-99,999\$	59	13,4
	100,000-149,000\$	52	11,8
	150,000-199,000\$	8	1,8
	200,000-249,000\$	10	2,3
	250,000\$ ve üzeri	13	3,0
	Eğitim Durumu	Ortaöğretim	6
Lise		35	8,0
Önlisans		62	14,2
Lisans		216	49,2
Lisansüstü		120	27,3
Meslek	Öğrenci	134	30,5
	İşçi	132	30,1
	İşveren	62	14,1
	Devlet Memuru	40	9,1
	Ev Hanımı	11	2,5
	İşsiz	18	4,1
	Emekli	9	2,1
	Diğer	33	7,5
Uyruk	Alman	43	9,8
	İngiliz	25	5,7
	Gürcü	16	3,6
	Bulgar	11	2,5
	İranlı	14	3,2
	Hollandalı	20	4,6
	Rus	42	9,6
	Ukraynalı	29	6,6
	Azeri	12	2,7
	Iraklı	15	3,4
Türk	114	26,0	
Diğer	98	22,3	



Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılan turistlerin %46'sının (202) kadınlardan, %54'ünün (237) erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Araştırmaya katılan bireylerin yaş dağılımları incelendiğinde; %31'inin (136) 18-24 yaş aralığında ve %33,7'sinin (148) 25-34 yaş aralığında yoğunlaştığı gözlenmektedir. Medeni durumlarına bakıldığında katılımcıların %36,4'ünün (160) evli ve %63,6'sının (279) bekar olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların çoğunun %67,2'sinin (295) ise çocuk sahibi olmadığı tespit edilmiştir.

Katılımcıların yıllık gelirleri incelendiğinde ise %26,9 (118) oranı ile en fazla 25,000\$ ve altı gelire sahip katılımcının yer aldığı ve bunu %21 (92) ile 25,00149,999\$ takip ettiği görülmektedir. Bireylerin eğitim durumlarına bakıldığında %1,4 (6) oranı ile en az ortaöğretim mezunu bulunurken, %8 (35) lise mezunu, %14,2 (62) önlisans mezunu, %49,2 (216) oranı ile en çok lisans mezunu ve %27,3 (120) oranı ile lisansüstü eğitimi almış katılımcı bulunmaktadır.

Araştırmaya katılan bireylerin meslekleri incelendiğinde; en çok %30,5 (134) oranı ile öğrenci ve %30,1 (132) oranı ile işçilerin yer aldığı belirlenmiştir. Araştırmaya katılan bireylerin en az dağılım gösterdiği alanlar ise, %2,1 (9) ile emekli ve %2,5 (11) ev hanımı olduğu görülmektedir. Ayrıca araştırmaya katılanların %14,1'inin (62) işveren, %9,1'inin (40) devlet memuru, %4,1'inin (18) işsiz ve %7,5'inin (33) diğer mesleklerle ilgilendiği belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan turistlerin; %9,8'inin (43) Alman, %5,7'sinin (25) İngiliz, %3,6'sının (16) Gürcü, %2,5'inin (11) Bulgar, %3,2'sinin (14) İranlı, %4,6'sının (20) Hollandalı, %9,6'sının (42) Rus, %6,6'sının (29) Ukraynalı, %2,7'sinin (12) Azeri, %3,4'ünün (15) Iraklı, %26'sının (114) yerli turist ve %22,3'ünün (98) diğer milletlerden gelen turistlerden oluştuğu görülmektedir.

**Tablo 2:** Katılımcıların Seyahat Davranışlarına İlişkin Frekans Analizi Sonuçları

Seyahat Davranışları	N	%	
Farklı Şehir Ziyareti	Evet	373	85,0
	Hayır	66	15,0
Başka Şehirleri Seyahat Sayısı	1-2	60	13,7
	3-4	137	31,2
	5+	242	55,1
	0	84	19,1
Yurt Dışı Seyahati	1-2	104	23,7
	3-4	110	25,1
	5+	141	32,1
	0	5	1,1
Konaklama Sayısı	1-3	70	15,9
	4-6	113	25,7
	7-9	74	16,9
	10+	177	40,3

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun %85'inin (373) daha önce farklı gıda türlerine sahip destinasyonları ziyaret ettikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların %15'i (66) ise farklı gıda çeşitlerine sahip destinasyonları ziyaret etmediklerini ifade etmişlerdir. Araştırmaya katılan bireylerin çoğu %55,1 (242) oranı ile 5 ve üzeri kez, %31,2'si (137) 3-4 kez, %13,7'si (60) 1-2 kez Ülkelerinde farklı şehirlere seyahat ettikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılan bireylerin %19,1'inin (84) daha önce yurt dışına çıkmadığı, %23,7'sinin (104) 1-2 kez yurt dışına çıktığı, %25,1'inin (110) 3-4 kez yurt dışına çıktığı ve %32,1'inin (141) 5 ve üzeri kez yurt dışına çıktıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların çok az %1,1'lik (5) kesiminin gününbirlik seyahatlerde bulunduğu, %15,9'unun (70) gitmiş oldukları destinasyonlarda 1-3 gün arası konakladıkları, %25,7'sinin (113) 4-6 gün arası konaklama yaptıkları, %16,9'unun (74) 7-9 gün arası konakladıkları ve %40,3'ünün 10 ve üzeri konaklama yaptıkları tespit edilmiştir.

**Tablo 3: Katılımcıların Araştırmada Kullanılan Ölçek Sorularına Verdiği Cevaplara Göre Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri**

Boyutlar	$\bar{x}$	S.S.
<b>Aşinalık ve Gıda ile İlgili Tecrübe</b>		
39.Tükettiğim gıdalar hakkında oldukça titizimdir.	3,03	1,14
18.Aşına olduğum gıdaları tercih ederim.	3,03	1,11
35.Bir gıda ürünün ne olduğunu bilmiyorsam, onu denemem.	2,67	1,23
19.Çocukken yediğim gıdaları tercih ederim.	2,66	1,12
37.Etnik yiyecekler bana tuhaf gelir.	2,62	1,17
34.Yeni gıda ürünlerine güvenmem.	2,44	1,13
<b>Genel Toplam</b>	<b>2,70</b>	<b>,86</b>
<b>Kişisel Tercih</b>		
36.Farklı kültürlerdeki gıdaları severim.	3,66	1,09
41.Etnik restoranları deneyimlemekten hoşlanırım.	3,62	1,00
44.Başka ülkedeki insanların ne tür gıdaları tükettiğini merak ederim.	3,60	1,05
43.Yabancı gıda öğelerini denemenin eğlenceli olduğunu düşünürüm.	3,52	1,04
46.Aşına olmadığım gıda ürünlerini merak ederim.	3,49	1,09
33.Sık sık yeni(farklı) gıda ürünlerini denerim.	3,49	1,03
42.Dışarıda yemek yediğimde, hoşuma gideceğine emin olmasam bile alışılmadık ürünleri denemekten hoşlanırım.	3,35	1,04
<b>Genel Toplam</b>	<b>3,53</b>	<b>,79</b>
<b>Kültürel ve Otantik Deneyim</b>		
8.Bir destinasyona gittiğimde o destinasyona ait özellikleri öğrenme fırsatı ararım.	4,09	,94
7.Seyahat ederken otantik bir deneyime sahip olmak isterim.	3,97	,96
6. Ziyaret ettiğim yerin yerel kültürünü keşfetmek için seyahat ederim.	3,92	,96
4.Seyahat ederken ziyaret ettiğim ülkenin kültürüne ayak uydurmayı severim.	3,75	1,01
3.Kendi kültürümden farklı gıda ürünleri sunan restoranları denemekten hoşlanırım.	3,72	1,04
5.Başka ülkelerde kendimi yabancı hissetmem.	3,44	1,07
<b>Genel Toplam</b>	<b>3,82</b>	<b>,76</b>
<b>Duyusal Çekicilik</b>		
30.Arkadaşlarımla ve ailemle yemek yemekten hoşlanırım.	4,08	,99
28.Hoş aromalı gıda ürünlerini tercih ederim.	3,94	,94
29.Dokusu güzel olan gıda ürünlerini tercih ederim.	3,89	,95
27.Görünüşü güzel olan gıda ürünlerini tercih ederim.	3,88	1,01
<b>Genel Toplam</b>	<b>3,95</b>	<b>,81</b>
<b>Geçmiş Deneyim</b>		
48.Yerel medyada (gazete, dergi, İnternet) yabancı veya evrensel ürünler ile ilgili reklamlar oldukça yaygın.	3,75	1,09
47.Yaşadığım şehirde, yabancı ve evrensel ürünler ile ilgili birçok reklam panoları var.	3,68	1,18
50.Alışveriş yaparken genellikle yabancı veya evrensel markalar karşıma çıkmaktadır.	3,56	,99

Tablo 3: (Devamı)

Boyutlar	$\bar{x}$	S.S.
49.Sık sık, yabancı kanallardaki reklamların yer aldığı TV programlarını izlerim.	3,47	1,16
51.Yabancı veya evrensel ürünler ile ilgili reklamlar her yerde var.	3,44	,96
<b>Genel Toplam</b>	<b>3,58</b>	<b>,81</b>
<b>Hatıra ve Öğrenme İsteği</b>		
20.Eve dönerken yerel gıda ürünleri satın alırım.	3,11	1,29
22.Eve dönerken yerel mutfak ekipmanları satın alırım.	2,51	1,26
21.Eve dönerken yerel yemek tariflerinin yer aldığı kitapları satın alırım.	2,44	1,26
<b>Genel Toplam</b>	<b>2,68</b>	<b>1,09</b>
<b>Yerel Gıda ve Özgünlük</b>		
15.Yerel spesiyaller sunan işletmelerde yemek yerim.	3,56	,92
14.Kendine özgü mutfak sunan restoranlarda yemek yerim.	3,51	,94
13.Ziyaret ettiğim destinasyona özgü malzemelerle gıdalar hazırlarım.	3,24	,96
12.Sadece yerel gıdaların bulunduğu restoranlarda yemek yerim.	3,16	,96
<b>Genel Toplam</b>	<b>3,37</b>	<b>,74</b>
<b>Ortalama: 3,38 Standart Sapma: ,50</b>		

Tablo 3'teki ifadelerin her birine verilen cevaplar incelendiğinde 4,09 ile en çok "bir destinasyona gittiğimde o destinasyona ait özellikleri öğrenme fırsatı ararım" ifadesine katılım olduğunu söylemek mümkündür. En az katılım sağlanan ifadelerin ise 2,44 ile "Yeni gıda ürünlerine güvenmem" ve "Eve dönerken yerel yemek tariflerinin yer aldığı kitapları satın alırım" ifadeleri olduğu saptanmıştır. Çizelgede yer alan ifadelerin standart sapma oranı ise, 92 ve 1,29 aralığında değişim göstermektedir. Boyutların ortalamalarına bakıldığında ise ilk ve en çok olarak "Duyusal Çekicilik" faktörü ( $\bar{x}$  : 3,95), ikinci olarak "Kültürel ve Otantik Deneyim" faktörü ( $\bar{x}$  : 3,82) daha sonra "Geçmiş Deneyim" ( $\bar{x}$  : 3,58) dördüncü olarak "Kişisel Tercih" faktörü ( $\bar{x}$  : 3,53) beşinci olarak "Yerel Gıda ve Özgünlük" faktörü ( $\bar{x}$  : 3,37) altıncı olarak "Aşinalık ve Gıdaya İlişkin Tecrübe" faktörü ( $\bar{x}$  : 2,70), son ve en az olarak da "Hatıra ve Öğrenme İsteği" faktörü ( $\bar{x}$  : 2,68) yer almaktadır.

Ölçeğin genel aritmetik ortalaması 3,38 ve genel standart sapmasının ,50 olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğe ilişkin genel ortalamaya bakıldığında ise, anketi yanıtlayan katılımcıların, gıda karar sürecine ilişkin ifadeleri ortalamanın üzerinde değerlendirdikleri ve ölçekte yer alan ifadelere katılım düzeylerinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

### Güvenilirlik Analizine İlişkin Bulgular

Güvenilirlik analizi testin ölçmek istediği özelliği ne derecede doğru ölçtüğü ile ilgilenir (Büyüköztürk vd., 2009: 108). Güvenilirlik analizinde alanyazında en sık kullanılan ölçüt, her bir değişken ve soru havuzunun toplamı için hesapla-

nan Cronbach Alpha değeridir. Bu değer, “0” ile “1” arasında değişmekte ve değer 1’e yaklaştıkça araştırmanın güvenilirliği de artmaktadır (Kozak, 2017: 146). Bu çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğinin ölçülmesinde Cronbach’s Alpha yönteminden yararlanılmıştır ve Cronbach Alfa Katsayısı 0,920 olarak bulunmuştur. Bu sonuç doğrultusunda ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu söylemek mümkündür.

### Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Faktör analizi, gözlemlenen çok sayıdaki değişken içerisinde gruplandırılmış temel değişkenler ya da faktörler tanımlayarak değişken sayısını azaltmak amacıyla yapılır. Tanımlanan her bir faktör, değişkenler arasındaki ilişkinin ölçülmesi sonucu aynı özelliği ölçen birbiri ile ilişkili değişken setinden oluşmaktadır (Ural ve Kılıç, 2011: 281). KMO ve Bartlett testi ise faktör analizinin uygunluğunu gösteren bir ifadedir (Altunışık vd., 2015: 268). KMO Testi değerleri Tablo 5’ te yer almaktadır.

**Tablo 4: KMO Testi Değerleri**

KMO Değeri	Yorumlar
0,90	Mükemmel
0,80	Çok iyi
0,70	İyi
0,60	Orta
0,50	Zayıf
0,50’nin altı	Kabul edilemez

**Kaynak:** Kalaycı, Şeref. Faktör Analizi, SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, 2010, s. 322.

Araştırmaya katılan turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörleri tespit etmek amacıyla kullanılan ölçeğin KMO değeri, sig. p: 0,000 anlamlılık derecesinde 0,889 olarak tespit edilmiştir. Tespit edilen bu değer tablo 4’te yer alan ölçütlere göre “çok iyi” değerine karşılık gelmektedir. Araştırmada kullanılan ölçeğe ilişkin faktör analizi sonuçları ise tablo 6’da yer almaktadır.

**Tablo 5: Faktör Analizi ve Güvenilirlik (Cronbach's Alpha)**

Boyutlar	Parametre Tahmini	Açıklanan Varyans %	Cronbach's Alpha
<b>Aşinalık ve Gıda ile İlgili Tecrübe</b>			
37.Etnik yiyecekler bana tuhaf gelir.	,809		
38.Daha önce hiç tüketmediğim gıda ürünlerini denemeye korkarım.	,809		
34.Yeni gıda ürünlerine güvenmem.	,785		
35.Bir gıda ürünün ne olduğunu bilmiyorsa, onu denemem.	,681		
39.Tükettiğim gıdalar hakkında oldukça titizimdir.	,680	26,136	,868
18.Aşına olduğum gıdaları tercih ederim.	,676		
19.Çocukken yediğim gıdaları tercih ederim.	,612		
<b>Kişisel Tercihler</b>			
43.Yabancı gıda öğelerini denemenin eğlenceli olduğunu düşünürüm.	,768		
42.Dışarıda yemek yediğimde, hoşuma gideceğine emin olmasam bile alışılmadık ürünleri denemekten hoşlanırım.	,741		
36.Farklı kültürlerdeki gıdaları severim.	,655		
46.Aşına olmadığım gıda ürünlerini merak ederim.	,648		
41.Etnik restoranları deneyimlemekten hoşlanırım.	,645	14,022	,874
33.Sık sık yeni (farklı) gıda ürünlerini denerim.	,626		
44.Başka ülkedeki insanların ne tür gıdaları tükettiğini merak ederim.	,597		
<b>Kültürel ve Otantik Deneyim</b>			
6. Ziyaret ettiğim yerin yerel kültürünü keşfetmek için seyahat ederim.	,803		
7.Seyahat ederken otantik bir deneyime sahip olmak isterim.	,754		
4.Seyahat ederken ziyaret ettiğim ülkenin kültürüne ayak uydurmayı severim.	,644		
8.Bir destinasyona gittiğimde o destinasyona ait özellikleri öğrenme fırsatı ararım.	,638	7,261	,855
3.Kendi kültürümden farklı gıda ürünleri sunan restoranları denemekten hoşlanırım.	,607		
5.Başka ülkelerde kendimi yabancı hissetmem.	,496		
<b>Duyusal Çekicilik</b>			
28.Hoş aromalı gıda ürünlerini tercih ederim.	,798		
29.Dokusu güzel olan gıda ürünlerini tercih ederim.	,794		
27.Görünüşü güzel olan gıda ürünlerini tercih ederim.	,737	5,327	,845
30.Arkadaşlarımla ve ailemle yemek yemekten hoşlanırım.	,639		

Tablo 5: (Devamı)

Boyutlar	Açıklanan Varyans %	Cronbach' s Alpha
<b>Geçmiş Deneyim</b>		
49.Sık sık, yabancı kanallardaki reklamların yer aldığı TV programlarını izlerim.	,772	
47.Yaşadığım şehirde, yabancı ve evrensel ürünler ile ilgili birçok reklam panoları var.	,763	
48.Yerel medyada (gazete, dergi, İnternet) yabancı veya evrensel ürünler ile ilgili reklamlar oldukça yaygın.	,723	
51.Yabancı veya evrensel ürünler ile ilgili reklamlar her yerde var.	,625	4,038
50.Alışverişi yaparken genellikle yabancı veya evrensel markalar karşıma çıkmaktadır.	,622	,808
<b>Hatıra ve Öğrenme İsteği</b>		
22.Eve dönerken yerel mutfak ekipmanları satın alırım.	,748	
20.Eve dönerken yerel gıda ürünleri satın alırım.	,722	
21.Eve dönerken yerel yemek tariflerinin yer aldığı kitapları satın alırım.	,717	3,985
<b>Yerel Gıda ve Özgünlük</b>		
13.Ziyaret ettiğim destinasyona özgü malzemelerle gıdalar hazırlarım.	,693	
12.Sadece yerel gıdaların bulunduğu restoranlarda yemek yerim.	,658	
14.Kendine özgü mutfak sunan restoranlarda yemek yerim.	,612	3,040
15.Yerel spesiyaller sunan işletmelerde yemek yerim.	,520	,790

Açıklanan Toplam Varyans: 63,810; KMO: 889; Bartlett's Test of Sphericity: 8652,101; Sig.: 000

Tablo 5'te görüldüğü gibi, faktör analizi sonucunda ölçekte yer alan 36 maddenin de faktör yük değerlerin faktör analizi için kabul edilebilir sınırlar içinde olduğu tespit edilmiştir. Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi ölçeğinin faktör analizlerinin sonucunda öz değerleri 1'den büyük yedi boyut tespit edilmiştir. Bu boyutlar varyansın %63,810'unu temsil etmektedir. Ölçeğin KMO değeri sig. p: 0,000 anlamlılık düzeyinde 0,889 olarak saptanmıştır. Bu oran göz önüne alındığında verilerin faktör analizine uygun oldukları görülmektedir.

### Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki ilişkinin ya da bağımlılığın şiddetini ortaya koymaya yönelik yapılan bir analiz yöntemidir (Altunışık vd., 2015: 228). Korelasyon katsayısının 1.00 olması, mükemmel pozitif bir ilişkiyi; -1.00 olması, mükemmel negatif bir ilişkiyi; 0.00 olması ilişkinin bulunmadı-



ğını göstermektedir. Korelasyon katsayısının, mutlak değer olarak, 0.70-1.00 arasında olması, yüksek; 0.70- 0.30 arasında olması, orta; 0.30-0.00 arasında olması ise, düşük düzeyde bir ilişkinin söz konusu olduğunu belirtmektedir (Büyüköztürk, 2009: 31-32). Bu amaç doğrultusunda yapılan korelasyon analizinin bulguları Tablo 6'da ayrıntılı olarak yer almaktadır.

**Tablo 6:** Turistlerin Gıda Karar Süreci Ölçeği ile Ölçeğin Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Matrisi

No Boyutlar	1	2	3	4	5	6	7	
1 Kültürel ve Otantik Deneyim	1							
2 Yerel gıda ve Özgünlük	,524**	1						
3 Aşinalık ve Gıda ile İlgili Tecrübe	-,107*	,125**	1					
4 Hatıra ve Öğrenme İsteği	,137**	,428**	,385**	1				
5 Duyusal Çekicilik	,493**	,420**	,078	,110*	1			
6 Kişisel Tercih	,627**	,497**	-,186**	,288**	,431**	1		
7 Geçmiş Deneyim	,360**	,328**	,037	,127**	,460**	,386**	1	
8 Gıda Süreci Toplam	,663**	,752**	,344**	,628**	,664**	,679**	,604**	1

Tablo 6 incelendiğinde, kültürel ve otantik deneyim ile yerel gıda ve özgünlük arasında "Pearson Korelasyon Katsayısı (r)" anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Bu durumda turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden kültürel ve otantik deneyim faktörü ile yerel gıda ve özgünlük faktörleri arasında orta düzeyde ve pozitif yönde ( $r: 0,524^{**}$ ) anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Elde edilen bu bulgular doğrultusunda, "H1: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan kültürel ve otantik deneyim faktörü ile yerel gıda ve özgünlük faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir. Kültürel ve otantik deneyim faktörü ile aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörleri arasında "Pearson Korelasyon Katsayısı (r)" anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,005$ ). Bu durumda turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden kültürel ve otantik deneyim faktörü ile aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörleri arasında düşük düzeyde ve negatif yönde ( $r: -0,107^{*}$ ) anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgudan hareketle de, "H2: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan kültürel ve otantik deneyim faktörü ile aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörleri arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir.

Kültürel ve otantik deneyim faktörü ile hatıra ve öğrenme isteği faktörleri arasında "Pearson Korelasyon Katsayısı (r)" anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Buna göre de, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden kültürel ve otantik deneyim faktörü ile hatıra ve öğrenme isteği faktörleri arasında düşük düzeyde ve pozitif yönde ( $r: 0,137^{**}$ ) ilişki saptanmıştır. Bu durumda, "H3: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan kültürel ve otantik deneyim faktörü ile hatıra ve öğrenme isteği faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir iliş-

ki vardır.” hipotezi kabul edilmiştir. Kültürel ve otantik deneyim faktörü ile duyuşal çekicilik faktörleri arasında “Pearson Korelasyon Katsayısı (r)” anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Buna göre de, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden kültürel ve otantik deneyim faktörü ile duyuşal çekicilik faktörleri arasında orta düzeyde pozitif yönde ( $r: 0,493^{**}$ ) ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Bu durumda, “H4: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan kültürel ve otantik deneyim faktörü ile duyuşal çekicilik faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilmiştir. Kültürel ve otantik deneyim faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında “Pearson Korelasyon Katsayısı (r)” anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Bu durumda, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden kültürel ve otantik deneyim faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında orta düzeyde pozitif yönde ( $r: 0,627^{**}$ ) ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgudan hareketle, “H5: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan kültürel ve otantik deneyim faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilmiştir. Kültürel ve otantik deneyim faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında “Pearson Korelasyon Katsayısı (r)” anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Bu bulgudan hareketle, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden kültürel ve otantik deneyim faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında orta düzeyde pozitif yönde ( $r: 0,360^{**}$ ) ve anlamlı ilişki saptanmıştır. Bu durumda da, “H6: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan kültürel ve otantik deneyim faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilmiştir. Yerel gıda ve özgünlük faktörü ile aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörleri arasında “Pearson Korelasyon Katsayısı (r)” anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Bu durumda, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden yerel gıda ve özgünlük faktörü ile aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörleri arasında düşük düzeyde pozitif yönde ( $r: 0,125^{**}$ ) ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgudan hareketle, “H7: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan yerel gıda ve özgünlük faktörü ile aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilmiştir. Yerel gıda ve özgünlük faktörü ile hatıra ve öğrenme isteği faktörleri arasında “Pearson Korelasyon Katsayısı (r)” anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Bu bulgudan hareketle, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden yerel gıda ve özgünlük faktörü ile hatıra ve öğrenme isteği faktörleri arasında orta düzeyde ve pozitif yönde ( $r: 0,125^{**}$ ) anlamlı ilişki saptanmıştır. Bu durumda, “H8: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan yerel gıda ve özgünlük faktörü ile hatıra ve öğrenme isteği faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilmiştir. Yerel gıda ve özgünlük faktörü ile duyuşal çekicilik faktörleri arasında “Pearson Korelasyon Katsayısı (r)” anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Bu durumda,

turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden yerel gıda ve özgünlük faktörü ile duyuşal çekicilik faktörleri arasında orta düzeyde ve pozitif yönde ( $r: 0,420^{**}$ ) anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgudan hareketle, "H9: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan yerel gıda ve özgünlük faktörü ile duyuşal çekicilik faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir. Yerel gıda ve özgünlük faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında "Pearson Korelasyon Katsayısı ( $r$ )" anlamlı bulunmuştur ( $p<0,001$ ). Buna göre, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden yerel gıda ve özgünlük faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında orta düzeyde ve pozitif yönde ( $r: 0,497^{**}$ ) anlamlı ilişki saptanmıştır. Bu bulgudan hareketle, "H10: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan yerel gıda ve özgünlük faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir. Yerel gıda ve özgünlük faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında "Pearson Korelasyon Katsayısı ( $r$ )" anlamlı bulunmuştur ( $p<0,001$ ). Bu durumda, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden yerel gıda ve özgünlük faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında orta düzeyde ve pozitif yönde ( $r: 0,328^{**}$ ) anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuçtan hareketle, "H11: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan yerel gıda ve özgünlük faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir. Aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörü ile hatıra ve öğrenme isteği faktörleri arasında "Pearson Korelasyon Katsayısı ( $r$ )" anlamlı bulunmuştur ( $p<0,001$ ). Buna göre, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörü ile hatıra ve öğrenme isteği faktörleri arasında orta düzeyde ve pozitif yönde ( $r: 0,385^{**}$ ) anlamlı ilişki saptanmıştır. Bu durumda, "H12: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörü ile hatıra ve öğrenme isteği faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir. Aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında "Pearson Korelasyon Katsayısı ( $r$ )" anlamlı bulunmuştur ( $p<0,001$ ). Bu durumda, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında düşük düzeyde ve negatif yönde ( $r: -,186^{**}$ ) anlamlı ilişki saptanmıştır. Bu durumda, "H13: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir. Hatıra ve öğrenme isteği faktörü ile duyuşal çekicilik faktörleri arasında "Pearson Korelasyon Katsayısı ( $r$ )" anlamlı bulunmuştur ( $p<0,005$ ). Buna göre, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden Hatıra ve öğrenme isteği faktörü ile duyuşal çekicilik faktörleri arasında düşük düzeyde ve pozitif yönde ( $r: ,110^*$ ) anlamlı ilişki saptanmıştır. Bu durumda, "H14: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili

olan hatıra ve öğrenme isteği faktörü ile duyuşal çekicilik faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir. Hatıra ve öğrenme isteği faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında "Pearson Korelasyon Katsayısı (r)" anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Bu bulgular doğrultusunda, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden Hatıra ve öğrenme isteği faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında düşük düzeyde ve pozitif yönde ( $r: ,288^{**}$ ) anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Bu durumda, "H15: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan hatıra ve öğrenme isteği faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir. Hatıra ve öğrenme isteği faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında "Pearson Korelasyon Katsayısı (r)" anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Buna göre, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden hatıra ve öğrenme isteği faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında düşük düzeyde ve pozitif yönde ( $r: ,127^{**}$ ) anlamlı ilişki saptanmıştır. Bu durumda, "H16: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan hatıra ve öğrenme isteği faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir. Duyusal çekicilik faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında Pearson Korelasyon Katsayısı (r)" anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Bu durumda, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden duyuşal çekicilik faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında orta düzeyde ve pozitif yönde ( $r: ,431^{**}$ ) anlamlı ilişki saptanmıştır. Elde edilen bulgu doğrultusunda, "H17: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan duyuşal çekicilik faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir. Duyusal çekicilik faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında "Pearson Korelasyon Katsayısı (r)" anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Bu durumda, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden duyuşal çekicilik faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında orta düzeyde ve pozitif yönde ( $r: ,460^{**}$ ) anlamlı ilişki elde edilmiştir. Buna göre, "H18: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan duyuşal çekicilik faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir. Kişisel tercih faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında "Pearson Korelasyon Katsayısı (r)" anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Bu bulgudan hareketle, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerden kişisel tercih faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında orta düzeyde ve pozitif yönde ( $r: ,386^{**}$ ) anlamlı ilişki elde edilmiştir. Buna göre, "H19: Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan kişisel tercih faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir. Turistlerin gıda karar süreci ile gıda karar sürecini etkileyen faktörler arasında "Pearson Korelasyon Katsayısı (r)" anlamlı bulunmuştur ( $p < 0,001$ ). Bu durumda, turistlerin gıda karar süreci ile gıda karar sürecini etkileyen yerel gıda ve öz-

günlük ( $r: ,752^{**}$ ), faktörü arasında yüksek düzeyde ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilirken, kültürel otantik deneyim ( $r: ,663^{**}$ ), aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe ( $r: ,344^{**}$ ), hatıra ve öğrenme isteği ( $r: ,628^{**}$ ), duyuşal çekicilik ( $r: ,664^{**}$ ), kişisel tercih ( $r: ,679^{**}$ ) ve geçmiş deneyim ( $r: ,604^{**}$ ), faktörleri arasında orta düzeyde ve pozitif yönde anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Buna göre, "H20: Turistlerin gıda karar süreci ile gıda karar sürecini etkileyen faktörler arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır." hipotezi kabul edilmiştir.

İlgili alanyazının incelenmesi neticesinde 20 adet hipotez oluşturulmuştur. Araştırma sonucunda ise bu hipotezlerin hepsi kabul edilmiştir. Tablo 8'de hipotezler ve hipotezlere ait ret/kabul durumları yer almaktadır.

**Tablo 7: Hipotez Sonuçları**

H	Hipotez	Sonuç
H1	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan kültürel ve otantik deneyim faktörü ile yerel gıda ve özgünlük faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H2	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan kültürel ve otantik deneyim faktörü ile aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörleri arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H3	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan kültürel ve otantik deneyim faktörü ile hatıra ve öğrenme isteği faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H4	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan kültürel ve otantik deneyim faktörü ile duyuşsal çekicilik faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H5	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan kültürel ve otantik deneyim faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H6	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan kültürel ve otantik deneyim faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H7	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan yerel gıda ve özgünlük faktörü ile aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H8	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan yerel gıda ve özgünlük faktörü ile hatıra ve öğrenme isteği faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H9	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan yerel gıda ve özgünlük faktörü ile duyuşsal çekicilik faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H10	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan yerel gıda ve özgünlük faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H11	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan yerel gıda ve özgünlük faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H12	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörü ile hatıra ve öğrenme isteği faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H13	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan aşinalık ve gıda ile ilgili tecrübe faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H14	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan hatıra ve öğrenme isteği faktörü ile duyuşsal çekicilik faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H15	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan hatıra ve öğrenme isteği faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.”	KABUL hipotezi kabul edilmiştir



Tablo 7: (Devamı)

H	Hipotez	Sonuç
H16	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan hatıra ve öğrenme isteği faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H17	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan duyuşal çekicilik faktörü ile kişisel tercih faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H18	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan duyuşal çekicilik faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H19	Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan kişisel tercih faktörü ile geçmiş deneyim faktörleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL
H20	Turistlerin gıda karar süreci ile gıda karar sürecini etkileyen faktörler arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	KABUL

## SONUÇLAR

Turistlerin seyahat edecekleri destinasyonları seçerken seçimlerini etkileyen önemli faktörlerden biri de gidecekleri yerin sahip olduğu kültürel değerlerdir. Gıda kültürü de bu değerler içerisinde önemli bir kültürel çekicilik unsuru oluşturmaktadır. Turistlerin ziyaret etmiş oldukları destinasyonlarda yaptıkları harcamaların yaklaşık üçte birini gıda ürünlerinin oluşturduğu düşünüldüğünde turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi ve bu sayede destinasyonların pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinde turistlerin karar sürecinde etkili olan faktörlere göre hareket etmeleri destinasyonlar için maddi ve manevi kazanç oluşturacaktır.

Yapılan çalışma, turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörleri ortaya koymaktadır. Turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan motivasyon faktörlerine ilişkin alanyazından yola çıkılmış, araştırmanın örneklemini oluşturan yerli ve yabancı turistlerin anket formlarına verdikleri cevaplar ışığında veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler belirli analizlerden geçirilmiş bunun neticesinde bir takım bulgular saptanmış ve bazı sonuçlara ulaşılmıştır.

Çalışmada yararlanılan ölçeğin güvenilirlik ve faktör analizleri yapılmış olup analizlerin sonucunda ölçekten elde edilen yüksek madde ve güvenilirlik katsayıları göstermektedir ki ölçekler güvenilir ve geçerlidir.

Anket formu ile katılımcılara ait sosyo-demografik özellikler, seyahat davranışları, gıda karar sürecinde etkili olan faktörlere ilişkin bilgiler elde edilmiştir. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde kadın ve erkek turistlerin oranlarının birbirlerine yakın olduğu görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu ise 18-24 ve 25-34 yaş aralığında yer almaktadır.

Araştırmaya katılan bireylerin çoğunluğunun bekar olduğu görülmektedir. Bu durum bekar bireylerin seyahat sırasında gıda tüketimi için bütçe ayırmaya evli bireylere oranla daha istekli olduğu için olabilir. Ayrıca çocuk sahibi ol-



mayan bireylerin çocuk sahibi olanlara oranla daha fazla seyahat ettiği yapılan araştırma sonucunda tespit edilmiştir. Bireylerin çocuk sahibi olmaları onlara birtakım sorumluluklar yüklemekte ve onların seyahat kararı almalarında ve seyahat sırasındaki davranışlarında kısıtlamalara neden olabilmektedir.

Katılımcıların yarısına yakını üniversite mezunu olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada ulaşılan bu sonuçla eğitim düzeyi arttıkça seyahat oranının arttığı söylenebilmektedir. Ayrıca araştırmaya katılan katılımcıların yıllık gelirleri \$25.000 ve altı ile \$25.000- \$49.999 arasında yoğunlaştığı görülmektedir.

Ayrıca araştırmaya katılan bireylerin en çok öğrencilerden oluştuğu ve seyahat edenlerin uyruklarına bakıldığında ise en çok yerli turistlere ulaşıldığı görülmektedir. Bu durum anketlerin kış aylarında yapılması dolayısıyla yerli turistlere daha çok ulaşıldığı ile ilgili olabilir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu farklı destinasyonları ziyaret etmiş ve ziyaret ettikleri destinasyonlarda büyük çoğunlukta 10 gecedan fazla konaklama yapmışlardır. Ayrıca katılımcıların büyük çoğunluğu buldukları destinasyonlardan farklı bir destinasyona beş defadan fazla gitmişlerdir. Ve içlerinde yurt dışı seyahatinde bulunan kişilerin büyük çoğunluğu ise 5 defadan fazla yurt dışına çıkma olanağı bulmuşlardır. Bu durumda ankete katılan bireylerin anketi cevaplamak için uygun şartlara sahip olduğu ve seyahatleri sırasında gıda karar süreçlerinde etkili olan faktörleri iyi tespit edebileceklerini doğrular niteliktedir.

Araştırmaya katılan bireylerin gıda karar süreci alt boyutları olan; Kültürel ve Otantik Deneyim", "Hatıra ve Öğrenme İsteği", "Duyusal Çekicilik", "Kişisel Tercih", bağımlı değişkenleri ile cinsiyetleri arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir. Fakat "Yerel Gıda ve Özgünlük", "Aşinalık ve Gıda ile İlgili Tecrübe", "Geçmiş Deneyim" bağımlı değişkenleri ile katılımcıların cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında ise sadece "Aşinalık ve Gıda ile İlgili Tecrübe" boyutunda anlamlı bir farklılığa ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların çocuk sahibi olma durumları incelendiğinde sadece "Kişisel Tercih" faktöründe anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır. Katılımcıların uyruklarına bakıldığı zaman ise yabancı turistlerin yerli turistlere oranla geçmiş deneyimlerine daha çok önem verdiği görülmüştür.

Chang vd., (2010), Çinli turistler ile gerçekleştirdikleri çalışma sonucunda turistlerin o yöreye özgü gıdaları tatmanın o bölgenin kültürünü tanımada ve otantik bir seyahat deneyimi kazanmada etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde yapılmış olan çalışmada da turistlerin gıda tüketimlerinde "Kültürel ve Otantik Deneyim" faktörün etkili olduğu saptanmıştır. Fakat bu faktörün sosyodemografik ve seyahat davranışlarıyla arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Telfer ve Wall (2000), yapmış oldukları çalışmada Endonezya'yı ziyaret eden Asyalı turistlerin yerel gıdaları tercih ettiği fakat Avrupalı turistlerin ise daha çok ithal yiyecekleri tükettiğini belirtmişlerdir. Yapılan çalışmada yerli turistler ile yabancı turistler arasında yerel ve özgün gıda tüketimine yönelik herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Katılımcıların "Aşinalık ve Gıda ile İlgili Tecrübe" faktörü verdiği önem ile yaş, eğitim, meslek, seyahat sayısı, yurt dışı seyahat sayısı ve başka bir destinasyonda konaklama süresine göre anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır. Ayrıca önlisans mezunların da lisans ve doktora mezunlarına göre daha çok önem verdiği belirlenmiştir.

"Hatıra ve Öğrenme İsteği" faktörünün gençlerin yaşlılara göre, başka bir destinasyonda daha önce hiç konaklama yapmayanların konaklama yapanlara göre ve öğrencilerin işçilere göre daha fazla olduğu yapılan çalışma sonucunda tespit edilmiştir.

Turistlerin gıda karar sürecinde en ekili faktör olan duyuşal çekicilik faktörüne verilen önem ile yaş, meslek ve başka bir destinasyonda konaklama süresine göre anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır.

Çalışmaya katılan bireylerin "Kişisel Tercih" faktörüne verdiği önem daha önce hiç yurt dışına çıkmayanların ve 5 defadan fazla çıkanların, 1-2 kez çıkanlara göre daha fazla önem verdiği tespit edilmiştir.

Tse ve Crofts (2005) tarafından yapılan çalışmaya göre, geçmiş gıda deneyimlerinin gıda tüketimini önemli ölçüde etkilediği ve bazı gıdalara maruz kalma ile bu gıdalara aşinalığın artması neticesinde gıdaların tercih oranının artabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Benzer sonuçlar yapılan bu çalışmada da elde edilmiştir. Ayrıca katılımcıların "Geçmiş Deneyim" faktörüne verdiği önemin 55 yaş üzeri kişilerde 25-34 yaş arası kişilere oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Bu durum yaş ilerledikçe kişilerin deneyimlerine daha çok dikkate aldığı şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmanın amacıyla ilgili gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerin alt boyutlarıyla gıda karar süreci arasındaki ilişki ve gıda karar sürecinde etkili olan faktörlerin birbiriyle ilişkilerine yönelik hipotezlerin hepsi kabul edilmiştir. Bu bulgulardan hareketle; turistlerin gıda karar süreci ile gıda karar sürecini etkileyen faktörler arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (H20).

Girgin (2018) Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin yerel gıda tüketim motivasyonlarının belirlemesi amacıyla yaptığı çalışma sonucunda motivasyon faktörlerini beş faktör altında toplamıştır. Bu faktörler; kültürel deneyim, kişilerarası ilişki, sağlık kaygısı, heyecan ve duyuşal çekiciliktir. Mak vd., (2012) ta-

rafından yapılan çalışmada turizm alanyazınındaki mevcut çalışmalar gözden geçirilerek turistlerin seyahatleri sırasında gıda tüketimleri beş faktör altında toplanmıştır. Bu faktörler: Kültürel ve dini faktörler, sosyo-demografik faktörler, motive edici faktörler, kişilik özellikleri ve geçmiş deneyimlerden oluşmaktadır. Martinez (2015) tarafından yapılan çalışmada da aynı faktörler ortaya çıkmıştır. Fakat yapılan bu çalışma sonucunda bu faktörler farklılaşarak; duyuşal çekicilik, kültürel ve otantik deneyim, geçmiş deneyim, kişisel tercih, yerel gıda ve özgünlük, aşinalık ve gıdaya ilişkin tecrübe, hatıra ve öğrenme isteği faktörlerine dönüşmüştür.

Sonuç olarak turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörler sıralanacak olursa; ilk ve en çok olarak “Duyuşal Çekicilik” faktörü, ikinci olarak “Kültürel ve Otantik Deneyim” faktörü daha sonra “Geçmiş Deneyim” dördüncü olarak “Kişisel Tercih” faktörü beşinci olarak “Yerel Gıda ve Özgünlük” faktörü altıncı olarak “Aşinalık ve Gıdaya İlişkin Tecrübe” faktörü, son ve en az olarak da “Hatıra ve Öğrenme İsteği” faktörünün etkili olduğunu söylemek mümkündür.

## ÖNERİLER

Araştırmadan elde edilmiş olan bulgular ve sonuçlar doğrultusunda turistlerin gıda karar sürecinde etkili olan faktörler ile ilgili gelecek çalışmalar ve ağırlama işletmeleri için bazı önerilerde bulunulabilir.

- Yapılan çalışma sonucunda gıda karar sürecinde yaş, meslek, gelir, medeni durum ve uyruk değişkenine göre çeşitli farklılıklar tespit edilmiştir. Bu yüzden işletmelerin hitap edecekleri hedef kitlenin özelliklerini iyi bilmesi onlara avantaj sağlayacaktır.
- Turistlere gıda hizmeti sunan tüm ağırlama işletmeleri menülerinde turistlerin damak tadına uygun gıdaların yanında duyuşal çekiciliği fazla gıdaların üretim ve sunumuna da önem vermelidir.
- Ağırlama işletmeleri menülerinde kültürel ve otantik değeri yüksek ürünlere daha fazla yer vermelidir. Çünkü turistler seyahatleri sırasında kültürel tatları merak etmekte ve farklı tat arayışı içinde olmaktadır.
- Ağırlama işletmelerinin ambiyanslarını kültürel ve otantik faktörlere göre şekillendirmeleri hem ülke tanıtımında önemli rol oynarken hem de turistlerin hoş bir deneyim yaşamalarına imkan sağlayacaktır.
- Turistler ziyaret etmiş oldukları destinasyonlarda daha önce deneyimlemiş oldukları tatları hatırlamakta ve tekrardan bu tatları deneyimlemek isteyebilmektedir. Bu yüzden turistlere hizmet veren tüm ağırlama işletmeleri sunmuş oldukları gıda ürünlerinin genel reçetesinden

şaşmamalı ve bu gıdaların orijinalliğine zarar verecek girişimlerden sakınmalıdır.

- Yabancı turistlerin geçmiş deneyimlerine önem vermesi destinasyonu tekrardan ziyaret potansiyelini arttırmaktadır. Bu sebeple gerek ağırlama işletmeleri gerekse destinasyon pazarlamacıları turistlere misafirperverlik konusunda oldukça titiz davranmalıdır.
- Turistlerin gıda tercihlerinde kişisel tercih faktörünün etkili olmasından dolayı ağırlama işletmeleri her tür tüketici profiline uygun gıdalar üretip sunabilmeli, gıda tercihlerinde kişiler arası farklılıklar olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu sebeple farklı turist profilleri için çeşitli tanıtımların yapılması önem arz etmektedir.
- Turistler ziyaret etmiş oldukları destinasyonların kendilerine özgü, yerel gıdalarını merak etmekte ve deneyimlemek istemektedirler. Bundan dolayı destinasyonlar sahip oldukları gıda kültürlerini iyi bilmeli ve bu gıda kültürlerini turistlere iyi bir şekilde sunabilmelidir.
- Bazı turistler aşına oldukları gıdaları seyahatleri sırasında arayabilmektedir. Bu tip turist profili için kendi ülkelerinde yer alan gıda ürünlerini sunmak önemli olabilmektedir. Ağırlama işletmeleri bu durumu göz önünde bulundurmalıdır.
- Turistlerin bazıları ülkelerine dönerken ziyaret etmiş oldukları destinasyonlarda deneyimledikleri gıda kültürünü kendi ülkelerine de taşımak istemekte ve bunun için o destinasyonda kullanılan yerel gıda ürünlerinden, yerel mutfak malzemelerinden ve yemek kitaplarından satın almak isteyebilmektedir. Destinasyonlar bu durumu göz önünde bulundurmalı ve bu tür ürünleri satan işletmeler faaliyete geçirilmeli veya varsa sayıları artırılmalıdır.
- Yapılan çalışma sonucunda gıda karar süreci ile yerel gıda ve özgünlük boyutu arasında yüksek düzeyde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu sebeple destinasyonlar ve ağırlama işletmeleri yerel gıda üretim ve kullanımına önem vermelidir.
- Bu çalışma sadece İstanbul'u ziyaret eden turistleri kapsamaktadır. Gelecek çalışmalar da Türkiye'nin genelindeki turistler çalışma kapsamına dahil edilebilir. Ayrıca bu çalışmada nicel veri toplama yöntemi kullanılmıştır. Gelecek çalışmalarda nicel ve nitel veri yöntemlerinin birlikte kullanıldığı çalışmalar yapılabilir.

## KAYNAKÇA

- Aikman, S. N., Crites, S. L. and Fabrigar, L. R. (2006). Beyond Affect and Cognition: Identification of the Informational Bases of Food Attitudes. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(2), 340-382.
- Altintzoglou, T., Heide, M. and Borch, T. (2016). Food Souvenirs: Buying Behaviour of Tourists in Norway, *British Food Journal*, 118(1), 119-131.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. (7. Bs.). Sakarya Yayıncılık, Sakarya.
- Amuquandoh, F. and Asafo-Adjei, R. (2013). Traditional Food Preferences of Tourists in Ghana. *British Food Journal*, 115(7), 987-1002.
- Bayrakçı, S. ve Akdağ, G. (2015). Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Eğilimlerine Etkisi: Gaziantep'i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 96-110.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, K. E., Akgün, E.Ö., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (3. Bs.). Ankara: Pegem Akademi.
- Chang, R. C. Y., Kivela, J. and Mak, A. H. N. (2010). Food Preferences of Chinese Tourists. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 989-1011.
- Chang, R. C. Y., Kivela, J. and Mak, A. H. N. (2011). Attributes that Influence the Evaluation of Travel Dining Experience: When East Meets West. *Tourism Management*, 32(2), 307-316.
- Eren, R. (2016). Türkiye'nin Gastronomi İmajı, Ziyaretçilerin Bilgi Kaynakları ve Harcamaları. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Fields, K. (2002). Demand for the Gastronomy Tourism Product: Motivational Factors. In A. Hjalager and G. Richards (eds) *Tourism and Gastronomy* (pp.36– 50). London:Routledge.
- Girgin, G. K. (2018). Yerel Gıdaların Tüketilmesine Yönelik Turist Motivasyonlarının Ölçülmesi: Antalya'da Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(Özel Sayı), 793-810.
- Girgin, G. K. ve Karakaş, B. (2017). Türklerin Gıda Tercihlerinde Etkili Olan Motivasyonların Belirlenmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(38), 425-448.
- Hjalager, A. M. and Richards, G. (2002). 13 Still Undigested: Research Issues in Tourism and Gastronomy. *Tourism and gastronomy*, 224.

- Jingjing G. (2012). The Attractiveness of Local Cuisine and its Influence on Chinese Domestic Tourists' Perceptions of Destinations. Doctoral Dissertation, The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong.
- Just, D. R., Heiman, A. and Zilberman, D. (2007). The Interaction of Religion and Family Members' Influence on Food Decisions. *Food Quality and Preference*, 18(5), 786-794.
- Kim, Y. G. and Eves, A. (2012). Construction and Validation of a Scale to Measure Tourist Motivation to Consume Local Food. *Tourism Management*, 33, 14581467.
- Kim, Y.G., Eves, A. and Scarles, C. (2009). Building a Model of Local Food Consumption on Trips and Holidays: A Grounded Theory Approach. *International Journal of Hospitality Management*. 28(3), 423-431.
- Kim, Y.G., Eves, A. and Scarles, C. (2009). Building a Model of Local Food Consumption on Trips and Holidays: A Grounded Theory Approach. *International Journal of Hospitality Management*. 28(3), 423-431.
- Kivela, J. and Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Kozak, M. (2017). *Bilimsel Araştırma: Tasarım Yazım ve Yayım Teknikleri*. (3. Bs.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köster, E. P. (2009). Diversity in the Determinants of Food Choice: A Psychological Perspective. *Food Quality and Preference*, 20(2), 70-82.
- Lockie, S., Lyons, K., Lawrence, G. and Grice, J. (2004). Choosing Organics: A Path Analysis of Factors Underlying the Selection of Organic Food Among Australian Consumers. *Appetite*, 43(2), 135-146.
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A. and Chang, R. C. (2012). Factors Influencing Tourist Food Consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928-936.
- Martinez, A. F. G. (2015). Food in Tourism: Exploring Inherent Influential Factors in Food Decision Processes of Travelers, Doctoral Dissertation, Oklahoma State University, Stillwater.
- Mitchell, R. and Hall, M. C. (2003). *Consuming Tourists: Food Tourism Consumer Behaviour*. Hall, M. C., Sharples, L., Mitchell R., Macionis, N., and Cambourne B. (Eds). Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets. Oxford: Butterworth-Heinemann/Elsevier, 60-80.
- Mooney, K. and Walbourn, L. (2001). When College Students Reject Food: Not Just a Matter of Taste. *Appetite*, 36(1), 41-50.



- Nebioğlu, O. (2016). Yerel Gastronomik Ürünlerin Turizmde Kullanılmasını Etkileyen Faktörler. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Omar, S. R., Ab Karim, S. and Omar, S. N. (2015). Exploring International Tourists' Attitudes and Perceptions: In Characterizing Malaysian Heritage Food (MHF) As a Tourism Attraction in Malaysia. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5(3), 321.
- Sobal, J. and Bisogni, C. A. (2009). Constructing Food Choice Decisions. *Annals of Behavioral Medicine*, 38(1), 37-46.
- Şanlıer, N. (2005). Yerli ve Yabancı Turistlerin Türk Mutfağı Hakkındaki Görüşleri. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(1), 213-227.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü (Mudurnu Örneği). *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29), 63-87.
- Telfer, D. J. and Wall, G. (2000). Strengthening Backward Economic Linkages: Local Food Purchasing by Three Indonesian Hotels. *Tourism Geographies*, 2(4), 421-447.
- Thuy, X. U. P. (2015). Motivations of Everyday Food Choices. Unpublished Doctoral Dissertation, Kansas State University, Manhattan.
- Torres, R. (2002). Toward a Better Understanding of Tourism and Agriculture Linkages in the Yucatan: Tourist Food Consumption and Preferences. *Tourism Geographies*, 4(3), 282-306.
- Tse, P. and Crofts, J. C. (2005). Antecedents of Novelty Seeking: International Visitors' Propensity to Experiment Across Hong Kong's Culinary Traditions. *Tourism Management*, 26(6), 965-968.
- TUROB, (2018). TUİK - Turizm İstatistikleri, I. Çeyrek: Ocak - Mart, 2018. 27 Nisan 2018 tarihinde <http://www.turob.com/tr/istatistikler/tuikturizm-istatistikleri-i-ceyrek-ocak-mart-2018> adresinden erişildi.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. (3. Bs.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Wu, K. (2014). Chinese Outbound Tourists Food Consumption in the US: An Extension of the Theory of Planned Behavior. Unpublished Master's Thesis, Tianjin University, Las Vegas.
- Yurtseven, H. R. ve Kaya, O. (2011). Local Food in Local Menus: The Case of Gokceada. *Tourismos*, 6(2), 263-275.





# MEKANA VE YEREL HALKA BAĞLILIK, KÜLTÜREL MİRASA YÖNELİK TUTUMU ETKİLER Mİ?<sup>1</sup>

## Do Place and Community Attachment Influence the Attitude towards Cultural Heritage?

Gönderim Tarihi: 07.05.2018

Kabul Tarihi: 03.09.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492531

Ceren İŞÇİ\*  
Berrin GÜZEL\*\*  
Emre ATABERK\*\*\*

**ÖZ:** Yerel halk, kültürel mirasların korunması ve devamlılığı açısından önemli bir paydaştır. Bu nedenle yerel halkın kültürel mirasa yönelik tutum ve niyetlerinin irdelenmesi önem teşkil etmektedir. Araştırma, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization-UNESCO) Dünya Mirası ünvanını taşıyan Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı ve Efes'in yer aldığı İzmir'in Bergama ve Selçuk ilçelerinde, toplam 841 katılımcı yerel halk ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, mekana bağlılık ve yerel halka bağlılık kavramlarını, kültürel mirasa yönelik algı ve korumaya yönelik tutum ile ilişkilerini ele alan teorik bir araştırma modeli sunulmakta ve bu model, test edilmektedir. Önerilen teorik model iyi uyum üretmiş, yerel halka ve mekana bağlılığın kültürel mirasa yönelik algıya, algının da kültürel mirasın korunmasına yönelik tutuma pozitif yönde etki ettiği saptanmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Yerel Halk, Bağlılık, Kültürel Miras, Kültürel Mirasa Yönelik Tutum, UNESCO Dünya Mirasları, Bergama, Efes.

**ABSTRACT:** Local people are an important stakeholder in terms of preservation and continuity of cultural heritage. Therefore, it is important to examine the attitudes and intentions of local people towards cultural heritage. The research was carried out with

<sup>1</sup> Bu çalışma, "Yerel Halkın Bağlılık Düzeylerinin Kültürel Mirasa Yönelik Tutumuna Etkileri: Bergama ve Efes Örnekleri" başlıklı, Ege Üniversitesi 16/BMYC/006 numaralı Bilimsel Araştırma Projesinden türetilmiştir.

\* Öğr. Gör. Dr., Ege Üniversitesi/Bergama Meslek Yüksekokulu/Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, ceren.isci@hotmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-5712-1482.

\*\* Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi/Turizm Fakültesi/Yiyecek İçecek İşletmeciliği Bölümü, berringuzel@hotmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-9507-3434.

\*\*\* Öğr. Gör., Ege Üniversitesi/Bergama Meslek Yüksekokulu/Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, emre\_ataberk@hotmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-3338-4798.

a total of 841 residents in the Bergama and Selçuk districts of İzmir, where the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) World Heritage titled Pergamon Multilayer Cultural Landscape Area and Ephesus is located. In the study, a theoretical research model is presented and this model is being tested, which deals with the concepts of attachment and community attachment, and attitudes towards perception and conservation of cultural heritage. The proposed theoretical model has been found to produce good fit indices and, the residents' attachment to place and community influenced the positive perception of cultural heritage and the preservation of the cultural heritage.

**Keywords:** Local People, Attachment, Cultural Heritage, Attitude Towards Cultural Heritage, UNESCO World Heritage, Pergamon, Ephesus.

## GİRİŞ

Turizm sektörü birçok ülke için önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır ve bu durum Türkiye için de geçerlidir. Nitekim Türkiye, 2016 yılında en çok ziyaret edilen ülkeler listesinde 10. olarak yer almaktadır (UNWTO, 2017). Türkiye, sahip olduğu doğal ve kültürel alanlar ile birçok turisti çekmektedir. Bu alanların başında uluslararası önem taşıyan ve bu nedenle de takdire ve korunmaya değer doğal oluşumlar, anıtlar ve sitler olan “Dünya Miras”ları gelmektedir. Miraslar, turistler için önemli bir çekicilik olmakta (Drost, 1996) ve ülkelerin ulusal kimlik ikonu olarak betimlenmektedir (Schackley, 2006; akt. Frey ve Steiner, 2011). Dünya Miras Listesi küresel değerlerin tanımlanması, farkındalığı ve korunmasına yönelik olsa da, günümüzde ulusal turizm tanıtımlarında pazarlama aracı olarak kullanılmaktadır. Bu strateji, miras listesinin turizmi arttıran önemli bir tetikleyici olarak görülmesine dayanmaktadır. Dünya mirasları ve bu yönüyle turistlerin ülkeyi ziyaret etmesi birçok miras listesindeki bölgeler için önemli bir gelişim fırsatı yaratmaktadır (Su ve Wall, 2014). Fakat ekonomik katkısı ve turizm gelişmesine etkisi net olarak ölçülememektedir (Huang vd., 2012).

Doğal ve kültürel mirasın korunması ve değerlerin yaşatılması çok sayıda paydaşı ilgilendirmektedir. Özellikle kültürel mirasın korunmasında nesilden nesile aktarılmasında hayati öneme sahip olan yerel halkın, kültürel mirasa ve korunmasına yönelik tutum ve farkındalığının incelenmesi gerekmektedir. Yerel halkın kendi kültürel kaynaklarından gurur duyması, bu kaynakların geliştirilmesi ve korunması için katılımında bulunmasını sağlanmalıdır (Uslu ve Kiper, 2006).

2018 yılı şubat itibarıyla Türkiye, UNESCO Dünya Miras Listesi'nde 17 kültürel ve doğal varlığıyla yer almaktadır (UNESCO, 2018). “Dünya Mirası” ünvanı, Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi (ICOMOS) ve Uluslararası Doğayı ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği (IUCN) uzmanlarının başvuruları değerlendirmesi sonunda aday varlıklar Dünya Miras Komitesinin kararı doğ-

rultusunda kazanılmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 01.10.2016). Ülke-  
mizin, UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alan, Bergama Çok Katmanlı  
Kültürel Peyzaj Alanı (2014) ve Efes (2015) İzmir ili sınırları içinde yer almakta  
ve mevcut çalışma bu iki alanı kapsamaktadır. Kültürel mirasın korunmasın-  
da ve sürdürülebilirliğinde kritik rolü olan yerel halkın UNESCO'ya yönelik  
tutumlarının değerlendirilmesi, Bergama ve Efes'in UNESCO Dünya Mirası  
statüsünü son yıllarda elde etmiş oldukları da göz önüne alındığında, yerel  
yönetimlere ve diğer karar alıcılara yol göstereceği düşünülmektedir. Mevcut  
araştırmanın amacı, yerel halk ve kültürel mirasa yönelik tutumu merkezine  
alan aynı zamanda bağlılık değişkenlerin de rolünü ortaya koyan teorik bir  
model sunulması ve bu modelin test edilmesidir. Önerilen teorik çerçevede  
yere bağlılık, yerel halka bağlılık kavramlarının yerel halkın kültürel mirasa  
yönelik algı ve korunmasına yönelik tutum üzerindeki rolü tartışılmaktadır.

## LİTERATÜR TARAMASI

### *Mekana Bağlılık*

Mekana bağlılık (place attachment) kavramı mekan duygusu, topluluk du-  
yarlılığı, topluluk tatmini, mekan kimliği gibi birbirinin yerine kullanılan  
birçok kavramı içermektedir ve bazen kavramların benzerlik veya farklılığı  
birbirine karışmaktadır. Mekana bağlılık kavramı insanlar ile belli mekanlar  
arasındaki duygusal bağ veya ilişki olarak tanımlanmaktadır. Ancak kavram,  
bağlılık kavramının kendisi ile birlikte ele alındığında Hidalgo ve Hernandez  
(2001) tanımı genişletmiş ve temel özelliği kişinin mekana yönelik yakınlığını  
sürdürmesine yönelik eğilimi olan kişi ile belli bir mekan arasındaki olumlu  
duygusal bağ olarak açıklamıştır. Lewicka (2011) mekana bağlılık konusunda  
“mekan” kavramının ne olduğunun belirlenmesi gerektiğini ve bu kavramın  
yaşam tarzlarının değişmesi ile birlikte ele alınması gerektiğini belirtmektedir.  
Ayrıca mekan konusunda ikamet yeri, tarihi mekanlar, iş yeri, hayali mekanlar  
konusunda da farklılıklar olduğunu, non-places olarak adlandırılan alışveriş  
merkezleri ve eğlence alanları gibi alanların da bu yönde incelenmeye değer  
olup olmadığını sorgulamıştır.

Mekana bağlılık kavramının açıklanmasında mekan duygusu (sense of pla-  
ce), mekan kimliği (place identity), mekan bağımlılığı (place dependence)  
kavramları beraberinde kullanılmaktadır. Mekan kimliği kavramı Proshansky  
vd. (1983) tarafından fiziksel ortamın olumlu ve olumsuz değerdeki bilgileri  
olarak tanımlanmıştır. Bu bilgilerin maddi ve değersel yapısı, kişinin kendi-  
sinin kim olduğu ve başkalarının kendisi hakkındaki düşüncelerine dair ne  
olduğunu ve değerini tanımlamaya yardımcı olması yönünde önemlidir. Sto-  
kols ve Shumaker (1981) ise mekana bağımlılık kavramını tanımlarken, kişi

ve yer arasındaki ilişkinin öznel kalitesinden bahsetmiştir. Bireyler mekan ile ilişkilerinde farklı algılara sahip olabilir. Buna göre kişinin mekan ile güçlü bir ilişkisi durumunda mekan bağımlılığı; zayıf bir ilişkisinin olması durumunda da mekan bağımsızlığı (place independency) söz konusudur. Dolayısıyla mekana bağımlılık, kişinin kendisi ile belli bir mekan arasındaki ilişkinin algılanan gücüdür. Jorgensen ve Stedman (2001) mekan duygusu kavramına yönelik çalışmasında mekana bağlılığın kimlik, bağımlılık ve bağlılıktan oluşan üç boyutlu olduğunu; kimlik ve bağlılık kavramlarının mekan duygusu ile eş anlamlı olmadığını ve bağlılık kavramının daha uyumlu bir ifade olduğunu belirtmiştir. Bu noktada Kyle vd. (2004) mekan duygusu kavramını tutum kuramı ile birlikte açıklamış, mekana bağlı bir objeye yönelik bilişsel, duygusal ve çabasal (conative) tepkiler olarak tanımlamıştır.

Mekana bağlılığın mekan kimliği ile ilişkili olduğunu ve kişilerin algılarına ve yüklediği anlamlarla ilişkili olduğunu belirten Goussous ve Al-Hammadi (2018) köken mekana bağlılığın üç boyutlu olduğunda kavramı doğru şekilde açıklayamayacağını, bu anlamda tanımlama (identification), sosyal bağ (social bond), bağımlılık ile birlikte manevi değer (spiritual value) boyutunun da yer alması gerektiğini belirtmiştir. Raymond vd. (2010) mekana bağlılık kavramını beş boyut ile açıklamış ve mekan kimliği, mekan bağımlılığı, doğal çevre bağı, aile bağı ve arkadaş bağıdır. Ancak yine de aynı çalışmada aile ve arkadaş bağlarının doğal çevreye bağlılıktan farklı olduğunu; kimliğin kişiselliği kapsamında ele alınması gerektiğini doğal çevrenin bağımlılık ile birlikte ele alınması gerektiğini belirtmiştir. Nitekim aile, arkadaşlar ve doğal çevre ilişkilerinin öneminin birbirinden farklı olduğunu ve konuların aynı ölçekler ile ölçülmemesi gerektiği yönünde eleştirmiştir. Kyle vd. (2004) mekana bağlılık kavramını mekan kimliği ve bağımlılığı kavramında ele almıştır ve mekan kimliğinin etkilerinin mekan bağımlılığının etkilerinden daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Brown vd. (2015) mekana bağlılığı duygusal boyutunda mekan kimliği ve mekanın fiziksel özellikleri ile fiziksel boyutunun mekan bağımlılığı şeklinde tanımlamıştır. Ayrıca mekana bağlılığı biyologların yaşam alanı olarak tanımladığı ile ortak bir kavram olarak açıklamıştır. Bu anlamda mekana bağlılık ekonomik geçim ve sosyal kimliği arttıran doğal çevre değerlerinden etkilenen yaşam alanı bölgesi olarak tanımlamıştır. Hidalgo ve Hernandez (2001) mekana bağlılığın sosyal ve çevresel olmak üzere iki boyutlu bir yapı olduğunu ve sosyal bağlılığın çevresel bağlılıktan çok daha yüksek olduğunu açıklamıştır. Ancak bu, çevresel boyutun göz ardı edilebileceği veya önemsiz olarak değerlendirilebileceği anlamında kullanılmamıştır. Raymond vd. (2010) mekana bağımlılık ve mekan kimliği kavramlarının birbirinden farklı olduğunu söylemişse de Lewicka (2011) tanımsal sorular ve tanımlama çabaları netleşmediğini ve aslında tüm bu kavramların birlikte ele alınması gereken kavramlar olduğunu söylemiştir. Nitekim, bu

konuda mekana bağlılık ile yerel halka bağlılık kavramlarının örtüştüğünü, bir kavramın farklı boyutları olmak yerine fiziksel çevrenin, sosyal çevreyi de kapsadığı düşüncesiyle ele alınmasını eleştirmiştir. Gu ve Ryan (2008) mekana bağlılık kavramının turizm çalışmalarında turistler perspektifinde tekrar ziyaret kapsamında değerlendirildiğini (Kyle vd., 2004; Gross ve Brown, 2008; Xu ve Zhang, 2016; Davis, 2016; Ram vd., 2016; Stylos vd., 2017), bu anlamda benzer açıklamaların yerel halk için de geçerli olabileceğini açıklamıştır. Gu ve Ryan (2008) da kavramın sosyal psikolojik bir yapısının da olduğunu belirtmektedir.

### ***Yerel Halka Bağlılık***

Yerel halka bağlılık, kavramsal olarak topluluğa sosyal katılım ve toplumda bütünleşme boyutu ve biçimi; topluma duyulan duygu veya duyarlılık olarak tanımlanmaktadır (McCool ve Martin, 1994). Yerel halka bağlılık insanlar ile içindeki toplum arasındaki ilişkiyi açıklayan karmaşık, iç içe geçmiş ve çok yönlü bir kavramdır (Nicholas vd., 2009). Sampson (1988) yerel halka bağlılığı *kolektif bağlılık* olarak tanımlamış ve yerel halka duyarlılık ve bağlılık ve bölgeden ayrılırken üzüntü duyulması olarak tanımlamıştır.

Kavram turizm literatüründe az sayıdaki çalışmada yer almaktadır (Um ve Crompton, 1987; McCool ve Martin, 1994; Jurowski vd., 1997; Andereck vd., 2005) ve bu çalışmaların sonuçları da çelişkilidir (McCool ve Martin, 1994). Jurowski vd. (1997) yerel halka bağlılığın kişinin kendi yaşadığı bölge ve topluluğa yönelik duyarlılığı olarak ele almıştır. Turizmin desteklenmesinde yerel halka bağlılığın etkisini belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada yerel halka bağlılığın yüksek olması turizm sektörünün desteklenmesi ve etkileri konusunda ekonomik ve sosyal etkilerin daha olumlu ancak çevresel etkilerin daha olumsuz şekilde değerlendirildiği ortaya çıkmıştır. McCool ve Martin (1994) yerel halkın bağlılığını, bölgedeki yaşam süresinin fazla olması ile ilişkilendirmekte, uzun süredir bölgede yaşayanların yerel halka daha bağlı olduğunu belirtmektedir. Bölgeye yeni gelenlerin geliştireceği bağlılığın ancak kırsal ve küçük bir bölge tercih etmesi durumunda hızlı olabileceğini belirtmektedir. Ayrıca, çalışmasında turizme bakış açılarında yerel halka bağlılığı yüksek olanlar turizmin olumlu boyutlarına daha ılımlı yaklaşırken, turizmin olumsuz yönlerine daha kaygılıdır. Andereck vd. (2005) turizmin topluma etkisinde yerel halk algısını incelemiştir. Çalışmada yerel halka bağlılık iki değişken ile birlikte ele alınmıştır. Bunlar kişinin çocukluk döneminde bölgede yaşamış olması ve bölgedeki yaşama süresidir. Çalışmada turizmin topluma etkilerinde yerel halk algısı incelenmiş ancak çelişkili sonuçlar ortaya çıkmıştır. Yerel halk bağlılığının yüksek olması, kendi gelecekleri ile ilgili kaygıların olduğunu, toplumun zenginleştiğini ve güçlendiğini görmek istediklerini ve bunun için de turizmin önemli bir role sahip olduğunu görmek istemelerinde kaynaklandığını belirt-

mektedir. Um ve Crompton (1987) yerel halka bağlılık kavramını yaşama süresi, doğum yeri ve köken olarak ayırmıştır ve bu ayrım uzun süredir yaşayan “yerel” halk ile yeni gelen ayırımı yapmak için uygun kriterler olarak kabul edilmiştir. Çalışmalarında her ne kadar yerel halka bağlılıkta turizmin çevresel etkileri ile yerel halka bağlılık arasında ilişki olmasa da yerel halka bağlılığı yüksek olanlarda turizmin topluma etkisi daha yüksek olarak saptanmıştır.

Yerel halka bağlılık, karşılıklı ilişkili ve birbirini açıklayan bileşenleri içermektedir. Bunu açıklayan temel bileşenler, duygu, his, anlam, hissetme, bağ ve değerdir. Bu anlamda bir kişinin yerel halka bağlı olması için kişinin kendini mekân ile tanımlaması ve değer vermesi, takdir etmesi ve sadakat duygusu olmalıdır. Bu anlamda yerel halka bağlılık kişinin kendi toplumunda meydana gelen gelişim veya değişimlere karşı turum ve algılarını etkileyen temel bir role sahiptir (Nicholas vd., 2009).

Yerel halkın davranış ve tutumlarını etkileyen dış kaynaklı kilit etken, bölgedeki yaşama süresidir. Bu noktada yerel halk içerisinde yapısal olan ve olmayan bağlar ile akrabalık ve arkadaşlık ilişkileri de temel aracı değişkenler olarak kabul edilmektedir. Bu noktada yerel halk, toplumun kendi yaşam döngüsü içerisinde yeni nesillerin ve yeni gelenlerin asimile olduğu sosyal ağların süregelen sistemi olarak görülmektedir. Yeni gelenlerin, yerel halkın sosyal yapısına asimile olması mutlak şekilde geçici bir süreç iken, yerleşimin yerinin değişmesi arkadaşlık ve akrabalık ilişkilerinin gelişmesine ve yerel diğer bağların kurulmasına engel olarak yer almaktadır (Kasarda ve Janowitz, 1974). Yerel halka bağlılık konusu çeşitli yazarlarca farklı şekilde ele alınmaktadır. Kimi çalışmalarda kalış süresi (Sampson, 1988), kimi çalışmalarda ise kalış süresi ve doğum yeri (Um ve Crompton, 1987) olarak belirlenmektedir. Ancak McCool ve Martin (1994) çalışmasında yerel halka bağlılık konusunun sosyoloji ve çevresel psikoloji konularında farklı şekilde tanımlanabileceğini açıklamıştır. Bu anlamda sosyoloji boyutunda arkadaşlık ve ağ bağlantıları yeterli iken, sonraki çalışmalarda fiziksel çevrenin de yerel halka bağlılığı açıklayabileceği belirtilmiştir. Mevcut çalışmada ise kavram, sosyolojik hali ile ele alınmıştır.

### ***UNESCO Dünya Mirası***

UNESCO kelimesi, “United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization” olarak açılmakta ve Türkçe’de de “Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu” olarak kullanılmaktadır. Birleşmiş Milletlerin özel bir birimi olarak kurulan UNESCO, İkinci Dünya Savaşı sonrasında 1946’da kurulmuş ve Londra’da 44 ülke temsilcilerinden olan bir toplantıda yasa kabul edilmiştir. Türkiye, bu yasayı imzalayan ilk yirmi devlet arasında onuncudur. UNESCO Sözleşmesi, Türkiye’de 20 Mayıs 1946 tarihli ve 4895 sayılı kanunla onanmıştır (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, 27.02.2018).

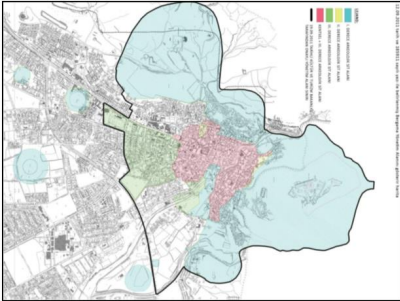


UNESCO'nun Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunması İçin Hükümetler Arası Komite'nin 2008 yılında hazırladığı rapora göre kültürel miras sayılacak olan alanlar: *“anıtlar: Tarih, sanat veya bilim açısından istisnâ evrensel değerdeki mimari eserler, heykel ve resim alanındaki şaheserler, arkeolojik nitelikte eleman veya yapılar, kitabeler, mağaralar ve eleman birleşimleri; -yapı toplulukları: Mimarileri, uyumlulukları veya arazi üzerindeki yerleri nedeniyle tarih, sanat veya bilim açısından istisnâ evrensel değere sahip ayrı veya birleşik yapı toplulukları; -sitler: Tarihsel, estetik, etnolojik veya antropolojik bakımlardan istisnâ evrensel değeri olan insan ürünü eserler veya doğa ve insanın ortak eserleri ve arkeolojik sitleri kapsayan alanlar”* şeklindedir (UNESCO, 2008: 45).

UNESCO dünyada doğal ve kültürel mirasın korunmasına yönelik olarak birtakım çalışmalar gerçekleştirme ve her yıl “Dünya Miras Listesi”nde yeni alan, şehir ve anıtlar yer alarak koruma altına alınmaktadır (Tunçer, 2011). 2018 yılı Şubat ayı itibarıyla ülkemizde, UNESCO'nun Doğal ve Kültürel Miras Listesi'nde yer alan 17 adet “dünya mirası” bulunmaktadır.

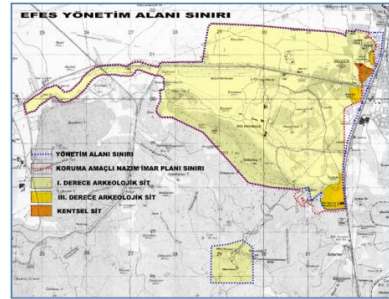
Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzajı Alanı ve Efes'in sınırları, bilinen tarihi gezi alanlarında farklı bölgeleri de kapsamaktadır. Buna göre Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzajı Alan Yönetim Planı 2016-2020'ye göre bu alanlar Çok Katmanlı Kent içerisinde Kozak yolu kenarında bulunan Su Kemerleri ile birlikte Kale Tepesi'ni (Acropolis), Kale Mahallesi, Kızıl Avlu ve çevresini, Selinos ile Arasta bölgesini ve Asklepion'u içeren bu alan günümüzde yerel halkın yaşadığı bilinen Bergama'nın neredeyse üçte biri kadardır. Bu geniş alan Helenistik dönemden günümüze kadar bölgede yer almış Roma, Bizans ve Osmanlı İmparatorluk dönemlerine ait bir kültürel yapıyı içermektedir. Kültürel ve doğal yapının içiçe girdiği Bergama'da tapınak, gymnasium, su sistemleri, köprü, tiyatrolar, cami ve geleneksel evler kentin çok katmanlı kültürel dokusunu meydana getirmektedir (Bergama Belediyesi, 2016).

**Şekil 1.** Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzajı Alan Yönetim Planı



Kaynak: Bergama Belediyesi, 2016

**Şekil 2.** Efes Yönetim Alanı Sınırları



Kaynak: Selçuk Belediyesi, 2012

Efes Yönetim Alanı Sınırları hali hazırda Efes Antik Kenti ve yakın çevresinde yer alan 1. ve 3. Derece Arkeolojik Sit alanlarıyla Kentsel Sit alanını ve bu alanların doğusunda bulunan Selçuk ilçesinin sit statüsü bulunmayan İzmir-Aydın Karayolu'na kadar olan bölümlerini kapsamaktadır. Sınır içerisinde mevcut Efes antik kent yerleşimi, Çukuriçi Höyük, Artemision, St. Jean Bazilikası, Ayasuluk Kalesi ve Antik Kanal bulunmaktadır. Ayrıca, bu alanlardan kopuk konumda bulunan Meryem Ana Evi ve yakın çevresi de yönetim planı sınırları içerisinde yer almaktadır. Yönetim alanının dış çeperinde yer yer bazı doğal sit alanları, tabiat parkı ve sulak alan sınırlarıyla da sınırlı çakışmalar mevcuttur. Ancak, bu çakışmalar yönetim alanı sınırı içerisinde önemsiz denecek bir yer tutmaktadır. Yine de bütünsel bir bakış açısıyla bu alanlara ilişkin plan kararları geliştirilmeye çalışılmıştır (Selçuk Belediyesi, 2012).

UNESCO dünya mirası olarak tanımlanan varlıkların belli koşullar altında tehlikede olduğu kararını verme yetkini kendinde saklı tutmaktadır. Bu tehlike koşulları kültürel ve doğal varlıklar için birbirinden farklıdır. Kültürel varlıkların tehlike durumunun onaylandığı koşullar; bölgedeki materyallerin kötüye gitmesi, yapı ve/veya süslemelerin kötüye gitmesi, mimari veya kent plan uyumunun bozulması, kent/kırsal alanın veya doğal çevrenin bozulması, tarihi özgünlüğün ortadan kalması ve/veya kültürel önemin önemli ölçüde kaybolmasıdır. Doğal çevre kapsamında ise yasal olarak korunmaya değer görülen Sıradışı Evrensel Değer'deki tehlike altındaki türlerin veya diğer türlerin nüfusunun azalması, bölgenin doğal güzelliğinin veya bilimsel değerinin şiddetli şekilde bozulması (insan yerleşimleri, sele neden olacak şekilde su depolarının kurulması, haşere ilaçları ve suni gübre kullanarak endüstriyel ve tarımsal gelişimi, madencilik, kirlilik, ağaç kesimi, odun toplama vb nedenler ile) ve/veya bölgenin bütünlüğünü tehdit edici düzeyde insanların bölgeyi istila etmesidir. Bu durumların bir veya birkaçının görülmesi durumunda Dünya Miras Komitesi bölgeyi hem miras listesinden hem de tehlikeli bölge listesinden çıkarma hakkını kendinde saklı tutmaktadır. Dolayısıyla bölgelerin miras listesinde yer alabilmesi için tüm tarafların çabası gerekmektedir (UNESCO, 03.02.2018).

### *Mekana Bağlılık, Yerel Halka Bağlılık ve Kültürel Mirasın Korunmasına Yönelik Tutum*

Gu ve Ryan (2008) bölgenin önemli bir mirasının olması, mekana bağlılığa ve özel bir mekanda yaşayarak özel bir duyguyu hissetmeye katkısı olduğunu belirtmiştir. Goussous ve Al-Hammadi (2018) insanların köken mekana bağlılığının nötr düzeyde olmakla birlikte özellikle bu miras alanlarına bağlılığın arttırılmasını önemli bulmaktadır. Lewicka (2011) mekana bağlılık konusundaki çalışmalarda mekan ile ilişkili etkinliklerin mekana bağlılığın bir sonucu

olduğunu belirtmiştir. Bu anlamda mekana bağlı olan insanlar geri dönüşüm ve su kaynaklarının korunması gibi doğal kaynakların korunması yönündeki aktivitelerde yer almaktadır. Woosnam vd. (2018) kültürel miras alanlarında düzenlenen bir festivalde ziyaretçiler ile yerel halkın mekana bağlılığında fark olup olmadığını incelemiştir. Sonuçta ziyaretçilerin daha yüksek düzeyde mekana bağlılığa sahip olduğu saptanmıştır. Lewicka (2011)'nin belirttiği düşüncelerden hareketle, sadece doğal kaynaklara değil, aynı zamanda, mekana bağlılığın, kültürel miras alanlarının da korunması yönündeki aktivitelerle yönelim olumlu algı gerçekleşeceği düşünülmektedir. Çalışmaların önerileri doğrultusunda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

*H1: Mekana bağlılık, kültürel mirasa yönelik algıyı etkilemektedir.*

Sürdürülebilir gelişim ve yönetim kapsamında bütüncül bir yaklaşımla ele alındığında yerel halk, önemli bir paydaş olarak değerlendirilmektedir. Özellikle Dünya Miras alanlarının desteklenmesinde yerel halkın desteğinin sağlanması, sürdürülebilirlik konusunda etkin bir yere sahiptir (Thapa, 2007; akt. Nicholas vd., 2009). Kişinin yerel halka bağlılığının yapısı ve kapsamı kişinin turizm gelişimi algılarını da etkilemektedir. Bu anlamda yerel halka bağlılığın olması, bölgenin kültürel miras alanı olması konusunda daha destekleyici olacağından (Nicholas vd., 2009) hareketle aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

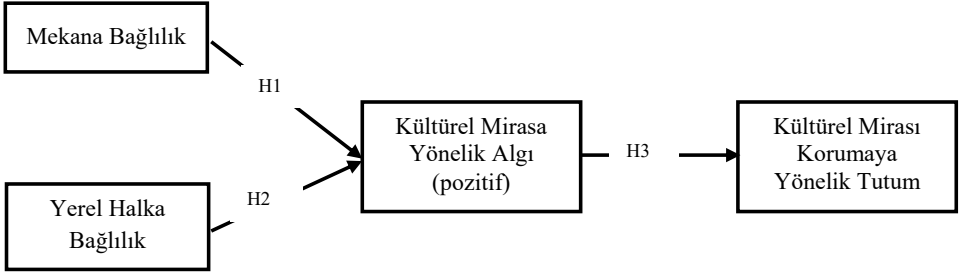
*H2: Yerel halka bağlılık, kültürel mirasa yönelik algıyı etkilemektedir.*

Wager (1995) yerel halkın Dünya Miras alanlarına yönelik alınan kararlara katılımlarının sağlanmasının söz konusu alanların korunmasına yönelik bir anlayış oluşturacağını ve saygı uyandıracığını belirtmektedir. Bu anlamda kültürel mirasa yönelik olumlu bir algının bu yönde bir tutuma neden olabileceği düşüncesinden hareketle aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

*H3: Kültürel mirasa yönelik algı, kültürel mirasın korunmasına yönelik tutumu etkilemektedir.*

İlgili alan yazından hareketle teorik araştırma modeli oluşturulmuştur. Bu modele göre, bireyin mekana yönelik bağlılığı ile bölgede yaşayan diğer bireylere yönelik bağlılık düzeyi, bireyin yöredeki kültürel mirasa yönelik algısına, benzer şekilde, kültürel mirasa yönelik pozitif algının da, kültürel mirasın korunmasına yönelik tutuma pozitif yönde etkileceği düşünülmektedir (Şekil 3).

Şekil 3. Hipotezlenen Teorik Model



## YÖNTEM

Jorgensen ve Stedman (2001) yer duygusu konusunda tutumlara yönelik çalışmaların yoğunlaşmasını önermekte, “gerçek” bir mekan duygusunun; mekanın nasıl bir yer olduğunun tanımlanması ile mümkün olabileceğini açıklamaktadır. Mevcut çalışma için tercih edilen yerler UNESCO Dünya Miras Listesi’nde yer alan ve uzun bir kültürel geçmişe sahip olan bölgelerdir. Dolayısıyla araştırma evreni, bu bölgelerin yerel halkı olarak belirlenmiştir. Bergama’nın nüfusu 102.090 (2016 yılı) (Bergama Kaymakamlığı, 2018), Selçuk’un nüfusu 35.960 (2016) (Selçuk Belediyesi, 2018) olarak belirtilmektedir. %5 kesinlik seviyesinde ( $p=0.05$ ) ulaşılmaya hedeflenen toplam örneklem sayısı 400’dür ( $N > 100.000$ ), (Erdoğan, 2003). Örneklem seçim yöntemi olarak olasılıklı olmayan örneklem alma yöntemlerinden amaçlı örneklem kullanılmıştır.

Araştırmada anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket, “Bergama- Selçuk’da ikamet ediyor musunuz? sorusuna “evet” yanıtını verenlere uygulanmıştır. Diğer bir ifade ile “ikamet etme” araştırmanın ön koşuludur. Anket uygulaması sonucunda analiz edilebilir, Bergama için 458, Efes için 383, toplam 841 birimlik veri seti elde edilmiştir. Anketlerin ve ön testlerinin uygulanması Ekim 2016- Ekim 2017 dönemini kapsamaktadır.

Lewicka (2011) çalışmasında kişilerin mekan ile anlamlı ilişkilerinde süreçlere yönelik olunması gerektiğini önermektedir. Buna göre kişi-mekan ilişkisinde mekan duygusunun oluşum süreçlerinin de değerlendirilmesi önerisinden hareketle mevcut çalışmada kişinin kendini mekan ile tanımlayıp tanımlamadığı sorulmuştur. Dolayısıyla ilk bölümde, “Kendinizi Bergamalı/ Selçuklu olarak tanımlar mısınız? Ne zamandır Bergama’da/ Selçuk’da yaşıyor sunuz? soruları yer almaktadır.

Anketin ikinci bölümünde, Lewicka (2011)’nın 12 ifadelik ve tek faktörden oluşan halkın yaşadığı mekana bağlılığı ölçmeye yönelik bağlılık ölçeği değerlendirilerek araştırmaya adapte edilmiştir ( $\alpha=,69-,80$ ). Örnek ifadeler “Bergama’yı

birisi eleştirdiğinde karşı çıkarım”, “Bergama’daki gelişmelerde yer almak isterim” ve “Bergama’da uzun süre yaşamayı düşünüyorum” şeklindedir.

Üçüncü bölümde yerel halka bağlılık ölçeği yer almaktadır. Bu ölçek, Nicholas ve meslektaşlarının (2009) çalışmasından alınmıştır ( $\alpha=,85$ ). Söz konusu ölçek, tek boyuttur ve dört ifadeden oluşmaktadır. “Bergama’daki yerel halk benim için anlamlıdır”, “Bergama halkına bağlı olduğumu hissediyorum” ve “Bergama’da yerel halk arasında olan olaylar, benim için önemlidir” ifadeleri örnektir.

Dördüncü ve beşinci bölümde ise, kültürel mirasa yönelik algı (5 ifade) ( $\alpha=,89$ ) ve kültürel mirasın korunmasına yönelik tutum soruları (6 ifade) ( $\alpha=,80$ ) yer almaktadır. Bu ölçekler, Chui ve diğerlerinin (2011) çalışmasından uyarlanmıştır. Kültürel mirasa yönelik algı ölçeğinin orijinali, kültürel mirasın yararları ve kültürel miras algısı (deneyimi) sorularından oluşmaktadır. Bu ölçekten tek faktör olan algıya yönelik sorular kullanılmıştır. Bu ifadelerden bazıları “Bergama, kendine özgü kültürel geleneğe sahiptir” ve “Bergama, uluslararası kültür açısından önemlidir”. Kültürel mirası korumaya yönelik tutum için ise “Bergama’nın kültürel mirasının korunması gerektiğine inanıyorum” ve “Bergama’nın otantik (özgün) ortamının korunması gerektiğine inanıyorum” ifadeleri örnek olarak verilmektedir.

Araştırmanın Türkiye’de gerçekleştirilmesi nedeniyle, yurtdışında kullanılan ölçekler öncelikle Türkçeye çevrilmiş ve ön test gerçekleştirilmiştir. Ölçeklerin İngilizce’den Türkçe’ye çevirileri kültürler arası araştırmalarda kullanılan standart prosedürler uygulanarak gerçekleştirilmiştir (Ady, 1994). Tanımlayıcı sorular dışındaki tüm ifadeler için ölçüm aracı olarak 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır.

Araştırma ön testi 50 katılımcıyla öncelikle Bergama’da gerçekleştirilmiştir. Anket formunda yapılan tapaj hataları düzeltilmiştir. Ayrıca mekana bağlılık ölçeğinin 8.ifadesinde “I have no influence on its affairs.” (Bergama/Selçuk’un geleceğini etkileyemem) ifadenin açık olmadığı ve anlamının sorgulandığı tespit edildiğinden, ölçekten çıkarılmıştır. Orijinal ölçeklerde ters kodlu olan ifadeler, yanıtlayıcıların hata yapmasını önlemek için olumlu ifadelerle dönüştürülmüştür. Ölçeklerin güvenilirlik analizi yapılmış, tamamının 0,70 (yüksek güvenilirlik) üzerinde olduğu saptanmıştır. Yapılan değişikliklerden dolayı ön test için elde edilen veri seti, çalışma verilerine dahil edilmemiştir. Selçuk anketlerinin uygulama öncesi de 50 katılımcıyla ön test yapılmıştır. Bu alanda revize edilmiş anket kullanıldığından araştırma verilerine dahil edilmiştir.

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmada elde edilen verinin analizinde SPSS 20 ve LISREL 9.2 paket programlarından yararlanılmıştır. SPSS 20 programında demografik ve tanımlayıcı soruların frekans analizi ve ölçeklerin güvenilirlik analizi ve ölçeklerin açımlayıcı faktör analizi LISREL 9.2 programında ise birinci düzey doğrulayıcı faktör analizleri gerçekleştirilmiştir.

Öncelikle tanımlayıcı soruların analizi için frekans analizi yapılmıştır. Anket yanıtlayıcılarının %83,6'sının (Bergama) ve %82,5'inin (Selçuk) kendini Bergamalı/Selçuklu olarak tanımladığı saptanmıştır. Ayrıca katılımcıların, Bergama'da ortalama 26,14 yıl ve Selçuk'ta ortalama 27,55 yıl ikamet ettikleri tespit edilmiştir (Tablo 1).

**Tablo 1.** Demografik Verilerin Frekans Analizi Bulguları (Bergama- Selçuk)

Değişkenler BERGAMA	Frekans (N)	%	Ortalama
Kendinizi Bergamalı olarak tanımlar mısınız?	Evet	383	83,6
	Hayır	71	15,5
	Kayıp Veri	4	,9
	Toplam	458	100
Kaç yıldır Bergama'da yaşıyorsunuz?		456	
	Kayıp Veri	2	26,14
	Toplam	458	
Değişkenler EFES	Frekans (N)	%	Ortalama
Kendinizi Selçuklu olarak tanımlar mısınız?	Evet	317	82,8
	Hayır	62	16,2
	Kayıp Veri	4	1,0
	Toplam	383	
Kaç yıldır Selçuklu yaşıyorsunuz?		376	
	Kayıp Veri	7	27,55
	Toplam	383	

Teorik modeldeki ölçeklerin güvenilirliğini ölçmek için cronbach's alpha katsayıları hesaplanmıştır (Tablo 2). Kullanılan ölçeklerin güvenilirlik değerleri incelendiğinde, en düşük ve en düşük değerlerin  $\alpha =,736$  ve  $\alpha =,864$  olduğu tespit edilmiştir. Cronbach alpha değerinin en az  $\alpha =,70$  ve üzeri olması gerektiği genel kabul görmektedir (Seçer, 2015). Elde edilen değerler incelendiğinde tüm ölçeklerin cronbach'a alpha değerlerinin  $,70$  üzeri olduğu görülmektedir.



**Tablo 2.** Güvenirlilik Analizi Bulguları (Bergama-Efes)

Ölçek	Cronbach's Alpha	İfade Sayısı
Mekana Bağlılık	,864	11
Yerel Halka Bağlılık	,848	4
Kültürel Mirasa Yönelik Algı	,736	5
Kültürel Mirasın Korunmasına Yönelik Tutum	,821	6

Kullanılan ölçeklerin faktör yapılarını belirlemek amacıyla açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinde faktördeki yük değerlerinin ,45 ve üzeri olmasının iyi bir seçim olacağı, öz değer 1 ya da 1'den daha büyük olmasının faktör önemliliği olarak açıklanabileceği ve açıklanan varyans oranının tek faktörlü ölçeklerde açıklanan varyansın %30 ve daha fazla olması gerektiği belirtilmektedir (Büyüköztürk, 2002). Mekana bağlılık ölçeğinin 9. ifadesi (Bergama'dan ayrılırken mutlu oluyorum) bir faktöre tek başına yüklendiğinden, ifade analiz dışı bırakılmış, güvenirlilik analizi 10 ifade ile tekrarlanmıştır ( $\alpha=.878$ ). Mekana Bağlılık KMO değeri ,904 ve P değeri ,000 ölçeğin faktör analizine uygunluğunu göstermektedir. Mekana Bağlılığın faktör analizi sonucunda ölçeğe ilişkin tek bir faktör ortaya çıkmıştır. Bu faktörün ölçeğe ilişkin açıkladığı varyans %49,293, öz değer 4,929 ve ölçeğin oluşturan ifadelerin faktör yüklerinin tamamı ,50'den büyük olduğu tespit edilmiştir. Yerel halka bağlılık AFA sonucunda, KMO (,772) ve Barlett Küresellik Testi ölçeğin faktör analizine uygunluğunu ortaya koymuştur. 2,762 özdeğere göre ölçeğin tek boyuttan oluştuğu ve bu boyut da varyansın %69,044 'ını açıkladığı görülmektedir. Faktör yüklerinin tamamının ,70 üzeri değer aldığı görülmektedir. Kültürel mirasa yönelik algı ise KMO değeri ,738 ve 2,596 özdeğere sahip tek bir boyutun varyansın %51,915'ini açıkladığı, ifadelerin faktör yüklerinin ,60 üzeri değerler aldığı saptanmıştır. Kültürel mirasa yönelik tutum ölçeği için KMO =,856,  $p=.000$  faktör analizine uygunluğu saptanmış, tek faktörlü yapının öz değeri 3,516, açıklanan varyansı %58,600 ve faktör yüklerinin tamamının 0,45 üzeri değer aldığı görülmektedir (Tablo 3).



**Tablo 3. Açımlayıcı Faktör Analizi Bulguları (Bergama-Efes)**

FAKTÖRLER VE FAKTÖRLERE AİT İFADELER	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Coranbach's Alpha
<b>Mekana Bağlılık (Tek Faktör) =ybağlılık</b>		<b>4,929</b>	<b>49,293</b>	<b>,878</b>
1.Bergama'yı çok iyi tanırım. (YB1)	,571			
2.Bergama'yı birisi eleştirdiğinde karşı çıkarım. (YB2)	,663			
3.Bergama'dan uzak kaldığımda, burayı özlediyorum. (YB3)	,809			
4.Bergama'yı seviyorum. (YB4)	,800			
5.Bergama'da kendimi güvende hissediyorum. (YB5)	,674			
6.Bergama ile gurur duyuyorum. (YB6)	,740			
7.Bergama benim bir parçam gibidir. (YB7)	,816			
8.Bergama'daki gelişmelerde yer almak isterim. (YB8)	,610			
10.Bergama'dan başka bir yere gitmek istemem. (YB10)	,605			
11.Bergama'da uzun süre yaşamayı düşünüyorum. (YB11)	,680			
			<i>Kaiser Meyer Olkin Ölçek Geçerliliği ,904</i>	
			<i>Barlett Küresellik Testi Ki Kare 3 513,447</i>	
			<i>Sd 45</i>	
			<i>P değeri ,000</i>	
<b>Yerel Halka Bağlılık (Tek Faktör)= hbağlılık</b>		<b>2,762</b>	<b>69,044</b>	<b>,864</b>
1.Bergama'da yerel halk geleneklerini yaşatmak önemlidir. (HB1)	,748			
2.Bergama'daki yerel halk benim için anlamlıdır. (HB2)	,888			
3.Bergama halkına bağlı olduğumu hissediyorum. (HB3)	,853			
4.Bergama'da yerel halk arasında olan olaylar, benim için önemlidir. (HB4)	,829			
			<i>Kaiser Meyer Olkin Ölçek Geçerliliği ,772</i>	
			<i>Barlett Küresellik Testi Ki Kare 1 542,983</i>	
			<i>Sd 6</i>	
			<i>P değeri ,000</i>	
<b>Kültürel Mirasa Yönelik Algı (Tek Faktör) =algı</b>		<b>2,596</b>	<b>51,915</b>	<b>,736</b>
1.Bergama, kendine özgü kültürel geleneğe sahiptir. (A1)	,644			
2.Bergama, kültürel mirasını korumaya değer bir yerdir. (A2)	,812			
3.Bergama, uluslararası kültür açısından önemlidir. (A3)	,803			
4.Bergama'daki yapılar otantikdir (özgündür). (A4)	,638			
5.Bergama, kültürel değerlerini koruyarak ziyaretçi ağırlayabilir. (A5)	,685			

**Tablo 3. (Devamı)**

FAKTÖRLER VE FAKTÖRLERE AİT İFADELER	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Coranbach's Alpha
<i>Kaiser Meyer Olkin Ölçek Geçerliliği ,738</i>				
<i>Barlett Küresellik Testi Ki Kare1 149,972</i>				
<i>Sd 10</i>				
<i>P değeri,000</i>				
<b>Kültürel Mirası Korumaya Yönelik Tutum (Tek Faktör) = tutum</b>		<b>3,516</b>	<b>58,600</b>	<b>,821</b>
1.Bergama'nın kültürel mirasının korunması gerektiğine inanıyorum. (T1)	,843			
2.Bergama'nın temel yapılarının korunması gerektiğine inanıyorum. (T2)	,859			
3. Bergama'nın otantik (özgün) ortamının korunması gerektiğine inanıyorum. (T3)	,891			
4.Kültürel zenginliğin, Bergama'nın bir parçası olduğuna inanıyorum. (T4)	,840			
5.Bergama'nın kültürel mirasını gelen turistler ile paylaşıyorum. (T5)	,573			
6.Bergama'daki yerel halka saygı duyuyorum. (T6)	,490			
<i>Kaiser Meyer Olkin Ölçek Geçerliliği ,856</i>				
<i>Barlett Küresellik Testi Ki Kare 2 485,302</i>				
<i>Sd 15</i>				
<i>P değeri,000</i>				

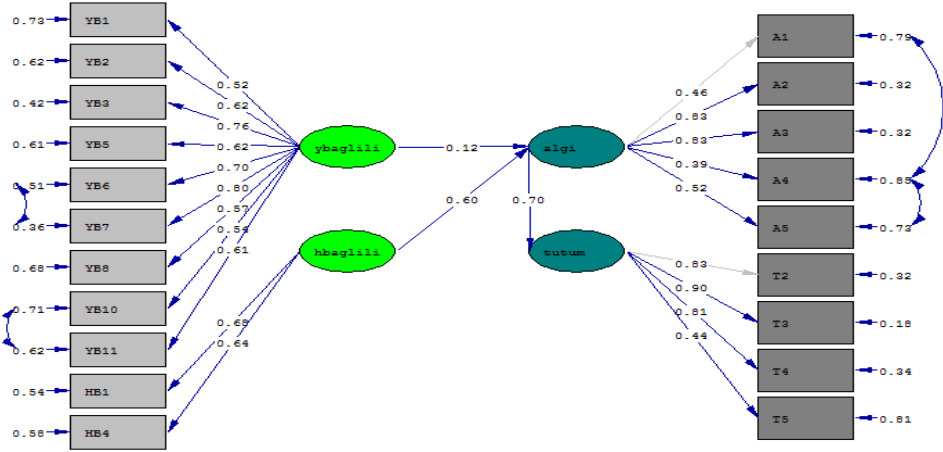
Önerilen teorik modeli test etmek amacıyla, açımlayıcı faktör analizinden elde edilen faktörler, doğrulayıcı faktör analizine (DFA) tabi tutulmuştur. YB1, YB2, YB3, YB4, YB5, YB6, YB7, YB8, YB10, YB11 gözlenen değişkenleri *ybağlılık* örtük değişkenine; HB1, HB2, HB3, HB4 gözlenen değişkenleri *hbağlılık* örtük değişkenine; A1, A2, A3, A4, A5 gözlenen değişkenleri *algı* örtük değişkenine; T1, T2, T3, T4, T5, T6 gözlenen değişkenleri *tutum* örtük değişkenine tanımlanmıştır. Modelin düzeltme önerileri incelenmiş, YB4, HB2, HB3, T1 ve T6 ifadeleri birden fazla ve farklı bir örtük değişkenle kovaryans hatası verdiği için modelden çıkarılmıştır. Ki-kare değerini en çok düşüren YB6- YB7 (24,7), YB10- YB11 (73,1), A1- A4 (49,3), A4- A5 (35,9) değişkenleri arasında hata kovaryansları düzeltilmiştir. Gözlenen değişkenlerin tamamının st solution değerleri .30 üzerinde olduğu saptanmıştır. Ybağlılık faktörüne ilişkin değişkenliğin en çok YB7 ( $R^2=,64$ ), hbağlılık faktörüne ilişkin değişkenliğin en çok HB1 ( $R^2=,46$ ), algı faktörüne ilişkin değişkenliğin en çok A2 ( $R^2=,83$ ) ve A3 ( $R^2=,83$ ), tutum faktörüne ilişkin değişkenliğin en çok T3 ( $R^2=,82$ ) tarafından açıklandığı sonucuna varılmıştır. T değeri 1.96 ve üzeri olan hipotezler kabul edilmiştir. Buna göre, Hipotez 1 ( $t=2,03$  ;  $R^2=,45$ ), Hipotez 2 ( $t=7,86$  ;  $R^2=,45$ ) ve Hipotez 3 ( $t=11,46$  ;  $R^2=,50$ ) istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur (Tablo 4).

**Tablo 4.** Araştırma Modeli için YEM Sonuçları (Bergama – Efes)

Faktörler/Maddeler	Standart Yükler	t- değeri	R2	HİPOTEZ TESTLERİ
<b>Faktör: ybağıllık</b>				
YB1	0,52	15,16	0,27	
YB2	0,62	18,79	0,38	
YB3	0,76	24,65	0,58	
YB5	0,62	18,97	0,39	
YB6	0,70	21,78	0,49	
YB7	0,80	26,29	0,64	
YB8	0,57	16,95	0,32	
YB10	0,54	15,84	0,29	
YB11	0,61	18,56	0,38	
<b>Faktör: hbağıllık</b>				
HB1	0,68	17,53	0,46	
HB4	0,64	16,81	0,42	
<b>Faktör: algı</b>				
A1	0,46		0,21	
A2	0,83	12,83	0,68	
A3	0,83	12,83	0,68	
A4	0,39	10,12	0,15	
A5	0,52	10,53	0,27	
<b>Faktör: tutum</b>				
T2	0,83		0,68	
T3	0,90	30,19	0,82	
T4	0,81	26,80	0,66	
T5	0,44	12,74	0,19	
<b>YBAGLILIK /ALGI</b>		<b>2,03</b>	<b>0,45</b>	<b>H1 KABUL</b>
<b>HBAGLILIK /ALGI</b>		<b>7,86</b>	<b>0,45</b>	<b>H2 KABUL</b>
<b>ALGI /TUTUM</b>		<b>11,46</b>	<b>0,50</b>	<b>H3 KABUL</b>

Modelin DFA uyum indekslerinin anlamlı olduğu görülmüştür (Chi-square/df= 483,53/162 =2,984) (Şekil 4). Çelik ve Yılmaz (2013:39)  $\chi^2 / df$  değeri- nin 3'den küçük olması gerektiğini belirtmektedir. Bulunan 2,984 değeri kabul edilebilir bir uyumun göstergesidir. Uyum indeksi değeri ise, RMSEA= ,049, NFI=,97, NNFI= ,98, AGFI= ,93, CFI= ,98, GFI=,95 olarak belirlenmiş, model mükemmel uyum indeksleri üretmiştir. Ayrıca, CN (Critical N-CN)= 367,18 olarak bulunmuş, bu bulgu araştırmada kullanılan 841 birimlik örneklemin yeterli olduğunu göstermektedir.

**Şekil 4.** Teorik Modele İlişkin YEM Sonuçları (Bergama-Efes): Standart Yükler



Chi-Square=483.53, df=162, P-value=0.00000, RMSEA=0.049

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya mirası listesine alınan bölgeler özellikle yerli ve yabancı turistlerin ziyaretine açılmaktadır. Bu sayede de kamu bilincinde yer edinebilmektedir. İnsanların fiziki ve sosyokültürel çevreye yönelik farkındalığının artırılması ve eğitim, sürdürülebilir gelişimi sağlamak için oldukça önemlidir. Nihayetinde bireyler, sorumlu davranmak ve bu yöndeki davranışlarına dikkat etmek durumundadır (Drost, 1996). Dünya mirasının turizmin gelişimini ve etkilerine yönelik yerel algılar toplumdaki farklı gruplar tarafından değerlendirilmişse de, yerel halk turizmin aktif ve büyük bir paydası ve katılımcısı olarak yer almaktadır (Su ve Wall, 2014). Nitekim bu konu literatürde korunan alanlarda sürdürülebilir gelişim sağlanmasına yönelik olarak vurgulanmaktadır (Kaltenborn vd., 2013). Sürdürülebilir turizm kapsamında da ele alınan sorumlu turizm (Responsible Tourism in Cape Town) içerisinde sorumluluk sadece kültürel mirasın tanıtılması için değil, aynı zamanda bunun korunması için de olmalıdır (Chui vd., 2011).

UNESCO Dünya Mirasları'nı turizm ve özellikle sürdürülebilir turizm kavramı ile bağdaştıran çalışmaların son yıllarda giderek arttığı görülmekle birlikte (örnek için Ryan vd., 2011; Cellini, 2011), kültürel mirası yerel halkın bakış açısıyla ele alan sınırlı sayıda akademik çalışma (örnek için Nicholas vd., 2009; Nyaupane ve Timothy, 2010; Chui vd., 2011) bulunmaktadır. Bu nedenle, mevcut araştırma kapsamında özellikle önerilen ve test edilen, bağlılık duygusu- kültürel mirasa yönelik tutum merkezli araştırma modelinin, literatüre teorik katkı yapacağı ve gelecek kültürel miras araştırmaları için yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Ayrıca, Efes ve Bergama'nın yakın tarihlerde UNES-

CO Dünya Mirasları Listesi'ne girmesi, araştırma çıktısının, yerel yönetimler nezdinde mirasın korunması ve UNESCO Dünya Mirasları ünvanının devamı hususunda önemli kılmaktadır.

Araştırmada, destinasyon planlamasında kritik öneme sahip olan yerel halkın mekana ve yerel halka bağlılıklarının, kültürel mirasa yönelik algıyı, söz konusu bu algının da kültürel mirasın korunmasına yönelik tutumu pozitif yönde etkilediği saptanmıştır. Bu bulgu yerel halkın bölgede turizmin geliştirilmesi konusunda desteğinin sağlanması adına önemlidir ve bunun iki nedeni vardır. Birincisi yerel halk, bölgede birtakım hizmetlerin gerçekleştirilmesi için vergi ödemektedir. İkincisi de turizm sektörünün başarılı olabilmesi için yerel halkın misafirperver ve samimi olması önemlidir. Bu nedenle turizmin gelişmesi için yerel halkın destek vermesi özellikle planlamacılar için önemlidir (Gürsoy vd., 2002).

Araştırma sonucunda mekana ve yerel halka bağlılığın kültürel mirası korumaya yönelik pozitif yönlü algıyı etkilediği belirlenmiştir. Bu anlamda bireylerin ekonomik geçimlerini ve sosyal kimliklerini arttıran yaşam bölgeleri, aynı bölgedeki kültürel mirasa yönelik algıyı olumlu etkilemektedir. Nitekim gerek Bergama gerekse Selçuk ilçelerindeki yerel halkın turizm sektöründen gelir elde ettikleri göz önüne alındığında, halkın miras alanlarına yönelik olumlu bir algıya sahip olmaları beklenmektedir. Yerel halka bağlılığın kültürel mirasa yönelik olumlu algısında ise öncelikle bölgedeki yaşam süresi ele alınmalıdır. Nitekim araştırmadan elde edilen sonuçlarda gerek Bergama'da gerekse Selçuk'ta yaşam süresi ortalama 25 yıl ve üzeridir. Dolayısıyla bölge halkının uzun yıllardır bölgede yaşadığı bulgusundan yola çıkarak, yerel halka bağlılıklarının da yüksek olduğu, böylelikle bölgede kültürel mirasa yönelik olumlu bir bakışa neden olduğu saptanmıştır.

Araştırmada ele alınan bağlılık-algı ve tutum kavramları arasındaki ilişkinin de güçlü olduğunun altının çizilmesi gerekir. Diğer bir ifade ile, bağlılık kavramının kültürel mirasa yönelik pozitif algının ve korunmasına yönelik tutumun önemli öncülleri olduğu ortaya çıkmıştır. Bölge halkının kültürel mirasın korunması konusunda bir tutum sergilemesi önemlidir. Her ne kadar tutum-davranış ilişkisi içerisinde tutumlar davranışların bir ön hazırlığı olarak değerlendirilse de (Kağıtçıbaşı, 2010), tutum-davranış ilişkisinin her zaman tutarlı olmaması nedeniyle, sürekli şekilde davranışa dönüşmemektedir (Fazio, 1986; Ajzen ve Fishbein, 2005). Dolayısıyla söz konusu kültürel mirasın korunmasına yönelik tutumun davranışa dönüşme olasılığının da göz önüne alınması gerekir.

Sürdürülebilir turizm kapsamında ele alındığında, kültürel mirasın sürdürülebilirliği açısından yerel halkın mekana ve birbirine bağlılıklarını arttırıcı çabalar gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşlarının bilinçlendirme ve farkındalık çabalarından ayrı

olarak, etkinlikler aracılığı ile yerel halkın kültürel mirası korumaya yönelik aktivitelerde yer alması sağlanmalıdır. Bu yönde gerçekleştirilecek etkinliklerin tutumların davranışlara dönüşmesinde etkili olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca yerel halka bağlılığın kültürel mirasa yönelik olumlu tutum geliştirilmesinde ve mirasın korunmasında etkin rol oynadığı göz önünde bulundurulduğunda, yerel halkın daha sık şekilde bir araya gelebileceği ve sosyal bağlar kurabileceği ortamlar yaratılmalıdır. Yerel yönetimlerin halkın kaynaşabileceği ve birbirine bağlanabileceği etkinlikler (örneğin festival, yarışma, turnuva) düzenlemeleri önerilmektedir.

Mevcut çalışmada birtakım sınırlılıklar yer almaktadır. Bunlardan birincisi sürdürülebilir turizm için paydaşların katılımı önemli ve hayati öneme sahiptir. Bu nedenle yerel halkın katılımının artırılması sağlanmalıdır. Ancak mevcut çalışmada yerel halkın katılım düzeyleri belirlenmemiştir. Ancak yine de, yerel halkın katılım düzeyinin bağlılık ve algı ile tutuma etkisinin olması beklenebilir. İkinci olarak çalışmada, sadece yerel halkın algı ve tutumları ölçülmüştür. Yerel halk haricindeki paydaşlar çalışmaya dahil edilmemiştir. Ancak turizm sektörünün birçok paydaşı vardır. Bu paydaşların da algı ve tutumları özellikle yerel yönetim kapsamında etkilemesi düşünülmektedir. Üçüncü ve dördüncü sınırlılıklar ölçüm araçlarına yöneliktir. Veri toplama tekniği olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Ancak anket tekniğinin sınırlı veriyi toplaması ve derinlemesine bilgi edinilmesini engellemesi sorunsalları çalışmadaki değişkenlerin nedenlerinin belirlenmesinde kısıtlayıcıdır. Ayrıca, çalışmada kullanılan ölçekler Batı kültüründe gerçekleştirilen çalışmalardan oluşturulmuştur. Bu anlamda Batı kültürü ile Doğu kültürü arasındaki farklılık çalışmayı kültürel uyumdan uzaklaştırmaktadır. Her ne kadar ölçekler dil yeterliliği olan araştırmacılar tarafından çevrilmiş olsa da, kültürel farklılıklar olabileceği düşünülmektedir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar dahilinde gelecekte yapılması düşünülen bu yöndeki çalışmalara bir takım öneriler vardır. İlk olarak tutumların, sürekli olmasa da, davranışların öncülü olduğu (Kağıtçıbaşı, 2010) düşünüldüğünde, kültürel mirasın korunmasına yönelik davranışların da modele eklenmesi önerilmektedir. Ayrıca, Ajzen ve Fishbein (2005) tek bir davranışın ölçülmesinin, tutum-davranış ilişkisini zayıflatacağını belirtmektedir. Bu nedenle sadece kültürel mirasa yönelik değil, aynı zamanda doğal çevreye karşı tutum-davranışları çevresel (kültürel ve sosyal çevre) sürdürülebilirlik kavramlarının da modele yer alması önerilmektedir. Ajzen (1991) bir davranışın sadece gözlenebilir eğilimlerden kaynaklanmayacağını, ilgili durum veya davranışa özgü koşullardan da etkilenebileceğini belirtmektedir. Dolayısıyla, bir kişinin kültürel mirasın korunmasına yönelik öncüllerin mekana bağlılık ve/veya yerel halka bağlılıktan kaynaklanmayacağı, bunu etkileyen özellikle kültürel mirasa has başka unsurların da etkili olabileceği göz önüne alınmalıdır.

## KAYNAKÇA

- Ady, J.C. (1994), "Minimizing threats to the validity of cross-cultural organization research", in Wiseman, R.L. and Shuter, R. (Eds), *Communicating in Multinational Organizations*, Sage, Thousand Oaks, CA, pp. 30-42.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. ve Fishbein, M. (2005). The Influence of Attitudes on Behavior, *The Handbook of Attitudes*, 173 (221). 31, 173-221
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. ve Vogt, C. A. (2005). Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts, *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
- Bergama Belediyesi, (2016). *Bergama Çok Katmanlı Kültürel Peyzaj Alanı Alan Yönetim Planı*, Bergama-İzmir.
- Bergama Kaymakamlığı. <http://www.bergama.gov.tr/ilcemiz-hakkinda-genel-bilgiler> (Erişim: 01.01.2018).
- Brown, G., Raymond, C. M. ve Corcoran, J. (2015). Mapping and Measuring Place Attachment, *Applied Geography*, 57, 42-53.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). *Sosyal Bilimleri için Veri Analizi El Kitabı İstatistik Araştırma Deseni-SPSS Uygulamaları ve Yorum*, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Cellini, R. (2011). Is UNESCO Recognition Effective in Fostering Tourism? A Comment on Yang, Lin and Han, *Tourism Management*, 32(2), 452-454.
- Chui, C. T. B., Rahim, F. H. A., Khan, N. R. M., Cheng, C. S. ve Hassan, F. H. (2011). Assessing Tourists' Attitude Towards Responsible Cultural Heritage tourism in Melaka: Development and Validation o Responsible Heritage Tourism Scale, *IEEE Colloquium on Humanities, Science and Engineering Research (CHUSER 2011)*, Dec 5-6, Penang, 497-502.
- Çelik, H.E. ve Yılmaz, V. (2013). *Yapısal Eşitlik Modellemesi Temel Kavramlar Uygulamalar Programlama*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Davis, A. (2016). Experiential Places or Places of Experience? Place Identity and Place Attachment as Mechanisms for Creating Festival Environment, *Tourism Management*, 55, 49-61.
- Drost, A. (1996). Developing Sustainable Tourism for World Heritage Sites, *Annals of Tourism Research*, 23(2), 479-492.
- Erdoğan, İ. (2003). *Pozitivist Metodoloji Bilimsel Araştırma Tasarımı İstatistiksel Yöntemler Analiz ve Yorum*, Ankara: Erk Yayınları.



- Fazio, R. H. (1986). How Do Attitudes Guide Behavior? R. M. Sorrentino ve E. T. Higgins. (Ed.) *Handbook of Motivation and Cognition: Foundations of Social Behavior* (ss. 204-243). New York: Guilford Press.
- Frey, B. S. ve L. Steiner. (2011). World Heritage List: Does It Make Sense?, *International Journal of Cultural Policy*, 17, 555-573.
- Goussous, J. S. ve Al-Hammadi, N. A. (2018). Place Attachment Assessment of a Heritage Place: A Case Study of the Roman Amphitheater in Downtown Amman, Jordan, *Frontiers of Architectural Research*, 7(1), 1-10.
- Gross, M. J. ve Brown, G. (2008). An Empirical Structural Model of Tourists and Places: Progressing Involvement and Place Attachment into Tourism, *Tourism Management*, 29(6), 1141-1151.
- Gu, H. ve Ryan, C. (2008). Place Attachment, Identity and Community Impacts of Tourism-The Case of Beijing Hutong, *Tourism Management*, 29(4), 637-647.
- Gürsoy, D., Jurowski, C. ve Uysal, M. (2002). Residents' Attitudes: A Structural Modelling Approach, *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- Hidalgo, M. C. ve Hernandez, B. (2001). Place Attachment: Conceptual and Empirical Questions, *Journal of Environmental Psychology*, 21, 273-281.
- Huang, C. H., Tsaur, J. R. ve Yang, C. H. (2012). Does World Heritage List Really Induce More Tourists? Evidence from Macau, *Tourism Management*, 33, 1450-1457.
- Jorgensen, B. S. ve Stedman, R. C. (2001). Sense of Place as an Attitude: Lakeshore Owners Attitudes Toward Their Properties, *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 233-248.
- Jurowski, C., Uysal, M. ve Williams, D. R. (1997). A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reactions to Tourism, *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2010). *Günümüzde İnsan ve İnsanlar*, İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Kaltenborn, B. P., Thomassen, J., Wold, L. C., Linnell, J. D. C. ve Skar, B. (2013). World Heritage Status as a Foundation or Building Local Futures? A Case Study from Vega in Central Norway, *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 99-116.
- Kasarda, J. D. ve Janowitz, M. (1974). Community Attachment in Mass Society, *American Sociological Review*, 39(3), 328-339.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R. ve Bacon, J. (2004). Effects of Place Attachment on Users' Perceptions of Social and Environmental Conditions in a Natural Setting, *Journal of Environmental Psychology*, 24(2), 213-225.

- Lewicka, M. (2011). Place Attachment: How Far Have We Come in the Last 40 Years?, *Journal of Environmental Psychology*, 31, 207-230.
- McCool, S. F. ve Martin, S. R. (1994). Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development, *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- Nicholas, L. N., Thapa, B. ve Ko, Y. J. (2009). Residents' Perspectives of a World Heritage Site, *Annals of Tourism Research*, 36(3), 390-412.
- Nyaupane, G.P. ve Timothy, D. (2010). Heritage Awareness and Appreciation Among Community Residents: Perspectives from Arizona USA, *International Journal of Heritage Studies*, 16(3), 225-239.
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K. ve Kaminoff, R. (1983). Place Identity: Physical World Socialization of the Self, *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57-83.
- Ram, Y., Björk, P. ve Weidenfeld, A. (2016). Authenticity and Place Attachment of Major Visitor Attractions, *Tourism Management*, 52, 110-122.
- Raymond, C. M., Brown, G. ve Weber, D. (2010). The Measurement of Place Attachment: Personal, Community, and Environmental Connections, *Journal of Environmental Psychology*, 30, 422-434.
- Ryan, C., Chaozhi, Z. ve Zeng, D. (2011). The Impacts of Tourism at a UNESCO Heritage Site in China- A Need for Meta-Narrative? The Case of the Kaiping Diaolou, *Journal of Sustainable Tourism*, 19(6), 747-765.
- Sampson, R. J. (1988). Local Friendship Ties and Community Attachment in Mass Society: A Multilevel Systemic Model, *American Sociological Review*, 53(5), 766-779.
- Schackley, M. (2006). *Visitor Management: Case Studies from World Heritage Sites*, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Selçuk Belediyesi. (2012). *Efes Yönetim Planı 2014-2019*, Selçuk-İzmir.
- Selçuk Belediyesi. Rakamlarla Selçuk. <http://www.selcuk.bel.tr/icerik/21/9/rakamlarla-selcuk.aspx>. (Erişim: 01.01.2018)
- Stokols, D. ve Shumaker, S. A. (1981). People in Places: A Transactional View of Settings. J. H. Harvey (Ed.), *Cognition, Social Behavior and the Environment* (ss.441-488). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate Publishers. 441-488.
- Stylos, N., Bellou, V., Andronikidis, A. ve Vassiliadis, C. A. (2017). Linking the Dots Among Destination Images, Place Attachment, and Revisit Intentions: A Study Among British and Russian Tourists, *Tourism Management*, 60, 15-29.

- Su, M. M. ve Wall, G. (2014). Community Participation in Tourism at a World Heritage Tourism Site: Mutianyu Great Wall, Beijing, China, *International Journal of Tourism Research*, 16, 146-156.
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü. Dünya Miras Listesi. 01.10.2016 tarihinde <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44423/dunya-miras-listesi.html> adresinden erişildi.
- Thapa, B. 2007. Issues and Challenges of World Heritage Sites in Nepal. R. White ve J. Carman. (Ed.). *World Heritage: Global Challenges and Local Solutions*. (ss. 23–27). Oxford, UK: Archaeopress.
- Tunçer, M. (2011). Bergama'nın (Pergamon) UNESCO Dünya Kültür Miras Listesi'ne Alınması İçin Yapılması Gerekenler. *Uluslararası Bergama Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. 2.Cilt. 07-09 Nisan, Bergama-İzmir, 576-591.
- Um, S. ve Crompton, J. L. (1987). Measuring Resident's Attachment Levels in a Host Community, *Journal of Travel Reserch*, 26(1), 27-29.
- UNESCO Türkiye Milli Komisyonu. *UNESCO Hakkında*. 27 Şubat 2018 tarihinde <http://www.unesco.org.tr/?page=15:62:1:turkce> adresinden erişildi.
- UNESCO. 2008. Dünya Mirası Konvansiyonunun Uygulanmasına Yönelik İşlevsel İlkeler. Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunması İçin Hükümetler Arası Komite. *WHC*. 08/01. Paris.
- UNESCO. 2018. *World Heritage in Danger*. 03 Şubat 2018 tarihinde <https://whc.unesco.org/en/158/> adresinden erişildi.
- UNWTO.2017. *Tourism Highlights 2017 Edition*. 03 Şubat 2018 tarihinde <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029> adresinden erişildi.
- Uslu, A. ve Kiper, T. (2006). Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Anakara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(3), 305-314.
- Wager, J. (1995). Developing a Strategy for the Angkor World Heritage Site, *Tourism Management*, 16(7), 515-523.
- Woosnam, K M., Aleshinloe, K. D., Ribeiro, M A. Stylidis, D., Jiang, J. and Erul, E. (2018). Social Determinants of Place Attachment at a World Heritage Site, *Tourism Management*, 67, 139-146.
- Xu, Z. ve Zhang, J. (2016). Antecedents and Consequences of Place Attachment: A Comparison of Chinese and Western Urban Tourists in Hangzhou, China, *Journal of Destination Marketing & Management*, 5, 86-96.



# TÜRKİYE'DEKİ OTEL İŞLETMELERİNİN WEB SİTELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA

## A Qualitative Research for Assessment of the Website of Turkey on Hotel Business

Gönderim Tarihi: 21.06.2018

Kabul Tarihi: 09.10.2018

Doi: 10.31795/baunsobed.492535

Aydın ÜNAL\*  
Onur ÇELEN\*\*

**ÖZ:** Modern bilgi çağında, internet artık insanların temel ihtiyaçları arasında gösterilebilmektedir. İnsanlar tüketim tercihlerini ve kararlarını internet üzerinden verebilmekte ve internet ortamında yer alan işletmeleri tercih etmektedirler. Turizm sektöründeki işletmeler de bu değişim sürecinin bilincine vararak, internet üzerinden tüketicilerine ulaşmaya çalışmaktadırlar. Bu araştırmanın konusunu turizm işletmelerinin temel yapı taşlarından birisi olan konaklama işletmelerinin internet kullanımı oluşturmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'deki konaklama işletmelerinin web sitelerinin boyutlarının ve bileşenlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler bilgisayara kaydedilerek bir veri seti oluşturulmuştur. İlgili veri seti sosyal bilimler çalışmalarında yaygın bir biçimde kullanılan Statistical Package for the Social Science (SPSS 17.0) istatistikî veri programında analize tabi tutulmuştur. Araştırmada turizm işletme belgesine sahip beş yıldızlı otel işletmelerinin web sitelerine ilişkin elde edilen veriler yüzde ve frekans değerleriyle analiz edilmiştir. Gerçekleştirilen analizler neticesinde turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin büyük çoğunluğunun Akdeniz (%51,8), Marmara (%17,7) ve Ege (%19) bölgesinde faaliyet gösterdiği ve araştırmaya dâhil edilen konaklama işletmelerinin genelinin (%95,2) kendisine ait bir web sitesine sahip olduğu belirlenmiştir. Bulgulara göre, Türkiye'deki konaklama işletmelerinin web sitelerinde ağırlıklı olarak işletmelerin iletişim ve konum bilgilerine yer verilmesine rağmen, tüketici dileklerine, isteklerine ve önerilerine yönelik misafir ilişkileri ve benzeri değişkenlere yeterince yer verilmediği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İnternet, Konaklama İşletmeleri, Web Siteleri.

\* Öğr. Gör. Dr., Kırklareli Üniversitesi/Pınarhisar MYO/Turizm ve Seyahat Hizmetleri Programı, aydin.unal@klu.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-6377-8587.

\*\* Öğr. Gör., Uludağ Üniversitesi/Harmancık MYO/Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, onurcelen@uludag.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0003-4601-2173.

**ABSTRACT:** In the age of modern information, the internet can now be shown among the basic needs of people. People prefer to be able to make their choices and decisions on the internet and to operate on the internet. Enterprises in the tourism sector are also trying to reach the consumers on the internet by becoming conscious of this change process. The subject of this research is the internet use of accommodation enterprises which is one of the basic building blocks of tourism enterprises. In this context, the components and size of the enterprises website aimed to examine of accommodation enterprises in Turkey. As a result of the research, the data obtained were recorded on the computer and a data set was created. The data set has been analyzed in a statistical data program (SPSS 17.0) which is widely used in social sciences studies. In the research, the data obtained about the web sites of the five-star hotel enterprises with the tourism business document are analyzed with the percentage and frequency values. As a result of the analyzes performed, it is seen that most of the accommodation enterprises with tourism operation certificates operate in the Mediterranean (51.8%), Marmara (17.7%) and Aegean (19%) regions and the majority of the accommodation enterprises included in the survey website. According to the findings, although mainly to be incorporated businesses to contact and location information on the websites of businesses stay in Turkey the consumer wishes to guest relations and other variables for their demands and suggestions were determined not enough space given.

**Keywords:** Internet, Hotels, Web Sites.

## GİRİŞ

İnternet, genel hatlarıyla bilgi değişim sistemidir. Bu bakımdan, pazarlama eylemleri içerisinde internet yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Wang, Law, Denizci Guillet, Hung ve Fong, 2015: 108). İnternet ile bilgi depolanabilir, sınıflanabilir, alınabilir, üzerinde işlem yapılabilir ve insan engeli olmaksızın otomatik olarak yazılım araçları ile dağıtılabilir. İnternetin sayılan özellikleri dikkate alındığında işletmeler için pazarlama faaliyetleri içerisinde gerekli bir araçtır. Bir internet sunucusu aracılığıyla, kullanıcılar herhangi bir web sayfasına bağlanabilirler. Bu açıdan, serbest zamanlarını bu şekilde değerlendirirken bir yandan da ticari amaçlarla kullanılan internet sayfalarından haberdar olabilirler. Ayrıca internet sunduğu fotoğraflar, yazılar, videolar, sesler ve multimedya dokümanlarla iletişimde etkili bir role sahiptir. Sayılan teknolojik gelişmeler internetin yapısını ve intibasını olumlu yönde değiştirmiştir (Boylu ve Tuncer, 2008: 12). Sürekli değişim ve gelişim gösteren dünyada bilişim teknolojileri ile birlikte internet de aynı ölçekte değişim göstermektedir. Meydana gelen değişimlere paralel olarak internet, işletmelerin pazarlama anlayışları ve müşteri ilişki süreçlerinde çeşitli farklılaşmalara sebebiyet vermesinin yanında, tüketicilerin günlük eylemleri arasında her geçen gün daha fazla yer almaya başlamıştır. Rekabetin her geçen gün arttığı günümüz döneminde artık işletmeler, klasik pazarlama araçlarıyla tüketicilerine ulaşamayacaklarının farkına varmıştır ve tüketicilerin yer aldıkları bütün platformlarda, tüketicileri

etkilemek için hazırladıkları mesajları sözü edilen hedef kitlelerine ulaştırma çabası içerisindeyler (Çokal, 2016: 77). Bu açıdan, kişiler ve işletmeler için sosyal ağ iletişimini gerçekleştirmek zahmetsiz ve ücretsizdir (Yaşa Özeltürkay, 2015: 194). Online-çevrimiçi pazarlamaya olanak sunan bu ağlar sayesinde işletmeler, hedef kitlelerine kolaylıkla ulaşabilmektedirler ve onları etkileyebilmektedirler. Çevrimiçi pazarlamanın işletmelere sağladığı en büyük artışı; yerel, ulusal ve uluslararası ölçekteki hedef kitlelere ulaşmayı çok daha basit bir yapıda sunmasıdır (Ercan, 2014: 149). Ayrıca, tüketiciler internet aracılığıyla, diğer tüketicilerin sanal düşüncelerini yansıtıldığı yorumlar üzerinden çıkarımlarda bulunabilmektedirler. İnternet veri tabanlı pazarlamanın gelişmesinde bir devrim başlatmıştır. İçerisindeki açıklama bilgileri eksiksiz olan modern bir internet sitesi; ürünün resimlerini, talimatlarını, arka plan bilgilerini ve haritalarını detaylı bir şekilde sunup tüketicilerin tüm bu etmenleri çıktı olarak elde etmelerini sağlayarak tam anlamıyla bir insanın sunabileceklerinden çok daha fazlasını gerçekleştirebilmektedir (Kendir, 2014: 211).

Turizm ülkeler arasındaki siyasi, ekonomik ve sosyal işbirliğini geliştirme hususunda elzem bir güç olmasının yanı sıra, kültürel açıdan da toplumların birbirlerini yakından tanımalarına olanak sunmaktadır. Turizm ülkelere, tanıtım ve gelir sağlamada da çeşitli etkilere sahiptir. Potansiyel turistlerin seyahat faaliyetlerinde bulunmalarında eğlenme, dinlenme, spor, sağlık, inanç, kültür gibi çok çeşitli motifler etkili olabilmektedir. Potansiyel turistlerin söz konusu unsurlardan haberdar olmasını sağlayan, onları sözü edilen unsurlara yönlendiren birçok etmen bulunmaktadır. İlgili etmenlerin en etkililerden bir tanesi internettir (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2014: 24). İletişim ve bilgi teknoloji platformları ülkelere ve işletmelere, uluslararası rekabet ve kalkınma konularında hatırı sayılır avantajlar sağlamaktadırlar. Bu açıdan ilgili teknoloji ve gelişmeleri iyi analiz edebilen az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, önemli kazançlar sağlayabilmektedirler, tersi bir durumda da hızlı bir şekilde buldukları konumu kaybedebilmektedirler ve hatta daha geriye gitme tehlikesiyle karşı karşıya kalabilmektedirler. 1980'li yıllardan günümüze kadar, iletişim ve bilgi teknolojileri alanındaki yenilikler, sosyal ve ekonomik hayatta devrim niteliğinde çeşitli değişimlere neden olmuştur ve ilgili teknolojilere dayalı ürünler modern yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. İletişim ve bilgi teknolojileri toplumu oluşturan her kesim içerisinde yayıldığı ve bir "ağ etkisi" yarattığından bu teknolojilerin sunduğu katkı daha çabuk ve belirgin bir formda gün yüzüne çıkmaktadır (Kızılaslan ve Gönültaş, 2011: 3). İçinde bulunduğumuz çağ -bilgi çağı- toplum da -tüketim toplumu- olarak ifade edilmektedir. İfade edilen bilgi çağı ve modern tüketim toplumunun en belirgin özellikleri; hareketlilik ve hızdır (Diaz ve Koutra, 2013: 338). Bu bağlamda, internet teknolojileri ve turizm sektörü sözü edilen hareketlilik ve hızın en net şekilde görülebildiği alanları oluşturmaktadırlar (Doğan, Sert ve Tutan, 2016: 176).



Turizm sektörü açısından internet ve internete dayalı pazarlama çağıın gerisinde kalmadan tüketicilere doğrudan kendi kanallarıyla ulaşması açısından son derece önem teşkil etmektedir (Boo ve Busser, 2018: 287). Turizm içerisinde faaliyet gösteren; konaklama işletmeleri, tur operatörleri, seyahat acentaları, yiyecek-içecek işletmeleri ve diğer destekleyici hizmetleri sağlayan turizm işletmeleri için internete dayalı pazarlama, tüketicilere ulaşma ve turistik talepleri kendilerine yönlendirme de etkili bir araçtır (Cengiz ve Akkuş, 2015: 442). İnternet ve bilgi teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler, turizm işletmelerinin elektronik dağıtım araçlarından yararlanmalarının ve elektronik dağıtım araçlarını faaliyet alanlarına adapte etmemelerinin rekabet gücünü yitirmelerine sebebiyet verebileceğini düşündürmektedir (Li, Peng, Jiang ve Law, 2017: 2). Turizm sektöründe, turizm ürününün başarılı ve doğru olarak lanse edilmesi, güncel ve doğru bilgilerin dağıtım kanalları aracılığıyla potansiyel turistlere aktarılmasıyla ilişkilidir. Bilgi ve internet teknolojilerindeki gerçekleşen iyileşmelerin hızı ve boyutu, turizm arzını oluşturan mal ve hizmet sağlayıcıları bakımından hayati niteliktedir (Dalgın ve Karadağ, 2013: 135).

Turizm perspektifinden bakıldığında konaklama işletmeleri, uluslararası pazarlama ve reklam konularında başarıyı yakalayabilmek adına en aktif internet kullanıcılarından birisidir. Hemen hemen çoğu konaklama işletmesi ilgili konulardaki avantajlardan yararlanabilmek için kendi web sitelerini tasarlamaktadır veya uzman kişi ve kurumlara tasarlatmaktadır (Salavati ve Hashim, 2015: 367). Konaklama işletmelerinin başarıyı yakalayabilmelerinde internette var olmaları tek başına yeterli olmamaktadır. Konaklama işletmelerinin web sitelerinin ziyaretçileri çekebilmek, potansiyel turistleri tüketime özendirme ve tüketicilerin isteklerine ve sorularına yanıt verebilecek bir formda olması gerekmektedir (Pınar, 2005: 45).

Konaklama işletmeleri hizmetlerinin dağıtımıyla ilgili olarak, aracı kurumlara ve kuruluşlara (seyahat acentaları ve tur operatörleri) olan bağımlılıklarını minimize etmeleri kendileri için yapmaları gereken önceliklerden birisidir. Bu amaçla potansiyel turistlere, işletmeler hakkında en yeni ve doğru bilgileri ulaştırmaları gerekmektedir. Böylelikle etkili ve düşük maliyetli tanıtım fırsatı sunan e-ticaret uygulamalarıyla arzu ettikleri avantajı sağlayabileceklerdir. Web siteleri, zaman sınırı olmadan uzaklık kavramından konaklama işletmelerini soyutlayarak, küresel ölçekteki tüm tüketicilere, daha az maliyetle ulaşılma avantajını sağlamaktadır (Schmidt, Cantalops ve Santos, 2008: 504). Bu bağlamda, tüketiciye sundukları veya sunabilecekleri ürünlere yönelik yeniliklerle ilgili sağlıklı bilgilendirme, ikna edebilme ve kendilerini hatırlatma şanslarına sahip olabilmektedirler. Ayrıca, konaklama işletmelerinin kendi internet sayfaları üzerinde çevrimiçi rezervasyon özelliğini sunması,

hem mevcut ve potansiyel müşterilerine hem de rakip işletmeler karşısında diğer rezervasyon araçlarına nazaran daha fazla kazanç sağlayabilmektedir (Karamustafa ve Öz, 2010: 197). Web siteleri sayesinde konaklama işletmeleri, turizmle alakalı yerel siteler, turistik bölgeye ulaşım olanakları, turistik bölgelerin reklamı ve tanıtımı ve çevreyi korumaya yönelik gerçekleştirdiği uygulamalar hakkında bilgilendirme gibi çok sayıda bilgilerle kendileri ve içinde buldukları bölge hakkında tanıtım yapabilmektedirler (Rufollo, 2015: 399). Maliyetlerin büyük ölçüde düşürülmesiyle de konaklama ve diğer hizmetlerin fiyatlarında indirimler gerçekleştirilerek daha fazla tüketiciye ulaşılabilmektedirler (Bozdoğan, 2012: 54).

Bu çalışmada, Türkiye'de faaliyet gösteren turizm işletme belgesine sahip asli konaklama işletmelerinden beş yıldızlı otel işletmelerinin web sitelerinin belirli boyutlar ve bileşenler çerçevesinde değerlendirilmesi ve mevcut durumlarının ortaya konması amaçlanmaktadır. Belirlenen amaç doğrultusunda İç Anadolu, Akdeniz, Marmara, Karadeniz, Ege, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri sınırları içerisinde faaliyet gösteren 685 otel işletmesinin web siteleri, *Otel Web Sitesi Boyutları ve Bileşenleri* ölçeğinden yararlanılarak içerik analizine tabi tutulmuştur.

Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde çalışmada yer alan kavramlara yönelik literatür bilgisi ve daha önce ilgili konuya yönelik olarak gerçekleştirilen yerli ve yabancı dildeki bazı çalışmaların amacı, kapsamı, bulguları ve sonuçlarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Yöntem kısmında kullanılan araştırma modeli, araştırma ölçeği, araştırmanın ana kütle ve örneklem bilgileri açıklanmıştır. Araştırma neticesinde elde edilen bulgular ve sonuçlar ise çalışmanın son kısmında verilmeye çalışılmıştır.

## LİTERATÜR TARAMASI

### İnternet Web 1.0 ve Web 2.0

İnternet teknolojilerinde meydana gelen hızlı değişimler ve internet kullanımının giderek yaygınlaşmasının anlaşılması için ilk olarak "Web 1.0" ve "Web 2.0" kavramlarının açıklanması gerekmektedir. Statik yani kullanıcılar tarafından değiştirilmesine olanak sunmayan ve daha çok katalog mantığı ile hizmet sunan web siteleri yerini etkileşim imkânı tanıyan modern web sitelerine bırakmışlardır. Uzmanlar, ilk tanımdaki interneti "Web 1.0", yeni etkileşimli web dünyasını ise "Web 2.0" olarak ifade etmektedirler. Web sitelerinin içeriklerine eklemelerde bulunma ve güncel bir formatta internet kullanıcıları ile paylaşma Web 2.0'ın kişilere sunduğu en temel özelliklerdendir. Yeni ve modern olarak adlandırılan bu web dünyası, özellikle son yıllarda kodlama, yazılım ve fonksiyonellik açısından önemli ölçüde büyüme göstermiştir (Bayram, 2012: 26).

Web'in ilk yılları "Web 1.0" olarak ifade edilmektedir. Web 1.0 çağı, web sitelerinin HTML kodlarıyla tasarlandığı ve host-sunucu bilgisayarlara yüklendiği; web sitelerinin yeni ve güncel şekilde yeniden tasarlanmaları ise manuel-elle gerçekleştirildiği bir çağdır. Büyük ölçekteki verilerin, kullanıcılara ulaştırılması, Web 1.0'da esas amaçtır. İfade edilen dönemde tek taraflı (tasarlayarlardan kullanıcılara) bilgi transferi gerçekleştirilmektedir. Bu özelliği dikkate alındığında Web 1.0 web siteleri, kullanıcılar tarafından okunabilir ancak değiştirilemez web dönemi olarak açıklanmaktadır (Karalar ve Özdemir, 2013: 2).

Web 1.0 dönemi, zamansal farklılıkları ve coğrafi sınırların kavramsal olarak bittiğini insanlara gösteren dönem şeklinde açıklanabilir. Web 1.0 ile görsel ve işitsel bütün aşamalar internet alanında varlığını göstermiştir ve birbirlerinden farklılık gösteren toplumlar aynı anda iletişim kurmaya başlamıştır. Kişilere sunduğu ilgili fırsatlarla internetin önemini ve öncelerini tam anlamıyla idrak edemeyen ticari kuruluşlar, ilerleyen zaman dilimlerinde internetin potansiyel tüketicilere ulaşmalarına olanak sunan bir araç olduğunu anlamışlardır. Firmalar için web siteleri tüketicileriyle, çalışanlarıyla, bayileriyle, tedarikçileriyle ve diğer paydaşlarıyla e-postalar ve ekstranetler yardımıyla aynı anda iletişim kurabildikleri ve etkileşim sağlayabildikleri bir platformdur (Cıngı, 2015: 146). Web 1.0 çağı kendi yapısı içerisinde çok sayıda spesifik özelliği bünyesinde barındırmaktadır. Açıklanmaya çalışan özellikler, aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Güleç, 2016: 7):

1. İlgili dönem içerisinde temel olarak kullanılan yazılım bilgileri HTML olmakla birlikte, çevrimiçi ve kullanıcılar tarafından değiştirilemeyen web sayfalarından oluşmaktadır,
2. Kullanıcılar içerikleri değiştiremezler. Mevcut içerikleri sadece okuyabilirler.
3. İlgili dönemde ifade edilen web sayfası yöneticisi ilgili sitenin içeriğini tasarlamak ve gelişen yeniliklere adapte etmekle yükümlüdür.
4. Web 1.0 içerisindeki web siteleri, ağırlıklı olarak çoğulcu yayınlar gerçekleştirilmektedir,
5. Web sitesi yöneticisi/tasarımcısı web sitesinin içeriğinde gerçekleştirecek bütün değiştirme eylemlerini sağlayıcı hyperlinkleri (köprüler) elle gerçekleştirmek durumundadır.
6. Web 1.0'da çevrimiçi iletişim kanalları "Web 1.0" tarafından sunulabilen e-faks, telefon numarası ve elektronik posta olarak sayılabilir.

Web 2.0 kavramından, World Wide Web'in (WWW) ikinci dönemini ifade etmede yararlanılmaktadır. Sözü edilen kavram ilk dönem web araçlarından de-

ğışık ve daha güçlü özelliklerine dikkat çekmede kullanılmaktadır. Web 2.0, bir konferansta beyin fırtınası sonucunda ortaya atılan bir fikir olup, ilk olarak Tim O'Reilly tarafından 2004'te kullanılmıştır. O'Reilly'nin Web 2.0 kavramı; "katılımlı bir ortam ve yapı oluşturmaya imkân sağlayan bir dizi yeni uygulama ve hizmeti içermektedir. Web 2.0 şemsiye bir kavramdır ve içinde birçok uygulamayı gerçekleştirmeyi sağlayan araçlar" şeklinde açıklanmaktadır. (Horzum, 2010: 605). Web 2.0, çeşitli unsurların sonucunda oluşmuştur. İlgili maddeler şu şekildedir (Vural ve Bat, 2010: 3354):

1. Son on yıl içerisinde internetin çok ciddi bir hızda büyümüş olması,
2. İnternet kullanımının dünya üzerinde milyarları aşması,
3. Yazılım firmalarının 2001 yılının sonbaharında ortaya attıkları, dot com (.com) anlayışının giderek eskimeye başlaması ve akabinde yeni bir arayışın ortaya çıkması.

Web 2.0, kullanıcıların çevrimiçi tutumlarında olumlu anlamda büyük değişmelere yol açmıştır. İlk başlarda, web siteleri yöneticilerince oluşturulan du-rağan, kişisel ve kullanıcıların mevcut bilgileri sadece işitsel ve görsel olarak kavrayabildikleri bir alan olmaktan öteye götürmüştür. Web 2.0 ile web siteleri web kullanıcıları, katılımcı olabildikleri, interaktif yani karşılıklı olarak değişimlerini gerçekleştirebildikleri bir kimliğe bürünmüştür. Web sitelerinin tasarlanmasında ve geliştirilmesinde web sitesi kullanıcıları aktif olarak rol almaya başlamıştır (Eryılmaz ve Zengin, 2014: 44).

Web 1.0 ana hatlarıyla yukarıdan aşağıya bir yapıdır. Bu açıdan Web 1.0'da kullanıcılar, aktif bir konumda değilken Web 2.0 araçları sayesinde, aşağıdan yukarı bir düzen web ortamında egemen konuma geçmiştir ve bu durum sonucunda da web kullanıcısı, web 1.0 yöneticisi tarafından oluşturulan teknolojik barikatları aşarak, kendi ürettiği içeriği paylaşabildiği gibi işbirliği ve sosyal etkileşimi gerçekleştirebilen uygulamalar ve özellikleri kullanabildiği bir alana kavuşmuştur (Eryılmaz ve Zengin, 2014: 45). Web 2.0 döneminin web kullanıcılarına sağladığı platformlar ise; ağ vikiler (wikis), sosyal ağlar (social networks), yer imleri (bookmarks), etiketleme (tagging), resim ve video paylaşımı (photo and video sharing), günlükleri (Weblogs), oynatıcı ve video yayın abonelikleri (podcast and videocasts), karma (bütünleşik) web siteleri (mashups) olarak ifade edilebilir (Genç, 2010: 238). Web 2.0, çoğunlukla sosyal medya kavramıyla eş anlamlı olarak kullanmasının yanında, sosyal medya kavramının ortaya çıkmasına olanak sağlayan çeşitli teknolojik gelişmelerin temelini oluşturmuştur. Bu bakımdan Web 2.0 fenomeni, sosyal medyanın alt yapısını oluşturuyor demek daha doğru olacaktır (Bulut, 2012: 25). Web 1.0 ile Web 2.0 arasındaki farklılıklar Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1:** Web 1.0 ve Web 2.0 Teknolojileri Arasındaki Farklar

Web 1.0	Web 2.0
İnternet kullanıcısı sadece web okurudur.	Kullanıcı web okur-yazarlığı yapabilmektedir.
Web bilgiye ulaşmak için kullanılır.	Web bilgiye ulaşmak ile birlikte yeni bilgi ve içerikler oluşturmak için kullanılır.
Kullanıcı web sayfasında kendi özgün içeriğini yayınlayabilir.	Kullanıcı kendi özgün içeriğini oluşturarak diğer kullanıcılarla da paylaşabilir.
Statiktir.	Dinamiktir.
Kullanıcılar arası etkileşim yoktur.	Kullanıcılar arasında yüksek etkileşim ve kolektif bir işbirliği vardır.
HTML yazılım dili ile oluşturulur.	XML yazılım dili ile oluşturulur.
Tasarım yönünden zayıf ve yetersiz web sayfaları vardır.	Oluşturucu, ilgi çekici ve kapsamlı web sayfaları vardır.
Web içerikleri genellikle ticari firmalar tarafından oluşturulur.	Web içerikleri herhangi bir insan tarafından bile oluşturulabilir.
Kullanıcı sayısı milyonlarla ölçülür.	Kullanıcı sayısı milyarlarca ulaşmıştır.

**Kaynak:** Güleç, E. (2016). *Kullanım ve Doyumlar Yaklaşımının Sosyal Medya Kullanım Niyeti ve Turistik Deneyim Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.

Tablo 1 incelendiğinde, Web 2.0 ile insanların internette daha fazla söz sahibi ve ön planda olmaya başladığını söylemek mümkündür. 1990'lı yıllardan günümüze dünya nüfusunun yarısı aktif internet kullanıcısı olmuştur. İlgili tabloya göre, turizm işletmeleri Web 1.0 ve Web 2.0 platformlarında kullanıcı sayısının bu denli artışını kendi lehlerine kullanmak durumundadır.

### Turizm Sektöründe İnternetin Önemi

Hizmet üretimi ve işletmeler arası bilgi paylaşımı temelinde çalışan turizm işletmeleri, kârlılıklarını, verimliliklerini, müşteri memnuniyetini ve pazarlama performanslarını arttırmak için bilişim teknolojileri destekli iş yapma modellerinden maksimum seviyede faydalanmaları gerekmektedir. Klasik pazarlama yöntemlerini terk ederek modern pazarlama anlayışını benimseyen sektörler arasında turizm sektörü ilk sırada yer almayı temel hedef olarak seçmelidir (Liu ve Chou, 2016: 299-300).

Potansiyel turistlerin turistik taleplerini kendilerine yöneltmek isteyen ülkeler, bölgeler ve destinasyonlar ile ilgili yerlerin tanıtım faaliyetlerinden sorumlu bölgesel, ulusal ve uluslararası turizm kuruluşlarının güncel teknolojilere başvurmaları artık zorunlu hale gelmiştir. Turistik tüketicilerin giderek her yönü ile daha bilinçli, eğitim düzeyi daha yüksek, geleceğin tüketicilerinin ve turistlerinin tüketim alışkanlıkları, yaşam şekilleri, davranış biçimleri talep ve beklentileri daha yoğun olacağı bilinen ve nüfus yapılarında oluşan radikal değişimler, ulusal ve uluslararası turizm politikası oluşturanlar ve yürütenlerce yakından

takip edilmelidir (Sarı ve Kozak, 2005a: 361). Turizm işletmeleri nedir diye sorulduğunda, konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri, eğlence işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri ve ulaştırma işletmeleri vb. cevabı verilmektedir. Söz konusu işletmelerin tüketicilerine yönelik hazırlanmış oldukları ürünlerin bir araya gelmesiyle oluşan turistik ürün ve ilgili ürünü satın alan turistlerin ürünü tüketirken kazandığı deneyimler ile bu ürünlerin tüketiciye pazarlanmasında kullanılan araçlar da son derece önem teşkil etmektedir (Ardıç Yetiş, 2016: 130). Turizm işletmelerinin marka olabilmesi, turistik destinasyonun bünyesinde bulundurduğu turistik arzın etkili, verimli ve sürdürülebilir formda kullanılması güçlü ve ikna edici tanıtım faaliyetlerinin uygulanmasına bağlıdır. Bu nedenle destinasyonlarda bulunan turizm işletmeleri ellerindeki kaynakları tanıtımda interneti yaygın olarak kullanmak durumundadırlar (Aslan, Güneren ve Çoban, 2014: 4).

Turizm işletmeleri, pazarlama eylemlerinde internete sıklıkla başvurmaktadır. Turizm işletmelerinin yararlandıkları internet uygulamaları içerisinde web siteleri, e-posta, internete dayalı telefon, internet ortamında canlı yayın, tartışma grupları, sohbet odaları, haber grupları, telekonferans, video konferans, webcasting, link verme uygulamaları, messenger, çevrimiçi toplantılar, arama motorları ve çevrimiçi reklamlar yer almaktadır (Kozak, 2014: 288).

Turizm sektörünün temelleri arasında gösterilen konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri, çeşitli web sitelerine ilan ve reklam vermelerinin yanı sıra kendilerine ait web sitelerini tasarlatmaktadır (Ukpabi ve Karjaluo, 2017: 621). Turizm işletmelerinin hemen hemen tamamı elektronik posta yoluyla mevcut ve potansiyel müşterilerine ulaşmaktadır ve onlara değişiklikler, promosyonlar ve yeniliklerle ilgili çeşitli bilgiler sunmaktadır (Sökmen, 2014: 262-263). İnternetin turizm işletmeleri ve potansiyel turistler açısından önemi aşağıdaki şekilde özetlenebilir (Avcıkurt, 2010: 103; Özkul ve Demirel, 2013: 175-176):

1. İnternet ve telekomünikasyon teknolojileri kullanılarak oluşturulacak web sitesi sayesinde 7 gün 24 saat müşterilerin hizmet satın alabilmesi sağlanmaktadır.
2. Sanal dünyada yapılan turizm faaliyetleri, fiziki dünyada yapılan klasik turizm faaliyetlerinin eksikliklerini tamamlayarak küçük çaplı bölgesel işletmelerin de uluslararası boyutta iş yapmalarına imkân sağlamaktadır.
3. Pazar stratejileri ve ürün promosyonu hedef kitleye göre hızlı bir şekilde ayarlanır hale gelmesini sağlamaktadır.
4. Satış rezervasyonlarında, konaklama işletmesi ile müşteri arasında araçlar devre dışı bırakıldığından konaklama işletmelerinin kârlılığının artmasını sağlamaktadır.



5. Turizm işletmelerine daha uygun şartlarda üretim faktörlerini bulma şansı sağlamaktadır.
6. Turizm işletmeleri satış ve rezervasyon işlemlerini gerçekleştirirken ileri teknoloji kullanmaktadırlar. Bu durum, rakipler ve müşteriler gözünde işletmenin prestijinin artmasını sağlamaktadır.
7. Müşterilerin kendi seyahatlerini ve konaklamalarını planlamalarını sağlamaktadır.
8. Web sitesine eklenecek istatistik programları sayesinde sitenin ziyaretçi sayısı ve bunların satın alma davranışları hakkında kolaylıkla sayısal bilgi toplanmasını sağlamaktadır.
9. Müşterilerin evlerinden dışarıya çıkmadan internet sistemine bağlı bir bilgisayar aracılığı ile işletmeler ve ürünleri hakkında her türlü bilgiyi elde etme imkânı sağlamaktadır.
10. Potansiyel turistlerin sadece bölgesel işletmelerden bilgi almak yerine dünya ölçeğinde iş yapan işletmelerin web sitelerinden de detaylı bilgiler alarak fiyat ve bilgi kıyaslaması yapılabilmesini sağlamaktadır.
11. Potansiyel turistlerin seyahat edecekleri ülkeler ve bu ülkelerin vize uygulamaları hakkında detaylı bilgi elde edebilmesini sağlamaktadır.
12. İnternet coğrafi olarak geniş bir alanı kapsar. Bu sayede kolay araçlarında yardımıyla müşterilerin tüm dünyaya ulaşabilmesini sağlamaktadır.
13. Karşılıklı iletişim kurarak müşterinin katılımı artırılabilir. Böylece, bire bir reklam yapmak ve müşterilerle daha iyi ilişkiler kurabilmek mümkün hale gelmektedir.
14. Çevrimiçi reklamlara ilgi; üzerine tıklanma sayısı ile ölçülebilmektedir.
15. Çevrimiçi reklam yeni zaman boyutlarını ortaya koymaktadır. Reklam mesajları dakikalar içinde hazırlanarak gönderilebilmektedir.
16. Kaliteli ve seçkin gruplara hitap etme şansı sağlamaktadır.
17. Çevrimiçi reklamlar -daha kişisel tarzda- bir tanıdık o işletmeyi ziyaret ediyormuş hissini vererek düzenlenebilmektedir.
18. Web’de oluşturulan pazarlama fonksiyonu aynı zamanda, reklam ve halkla ilişkiler arasındaki ayrımı da bütünleştirir. Ayrıca turizm işletmelerinin web sitelerinde bulunması gereken ilgili sekmeler beş temel kategoriye bölünmüştür. İlgili kategoriler aşağıda sıralanmıştır (Küçükaltan ve Kılıçaslan, 2013: 221):
  - a. Rezervasyon bilgileri,
  - b. Sunulan hizmetlerle ilgili bilgiler,



- c. Web sitesi yönetimi,
- d. Erişim bilgileri,
- e. Çevredeki turistik bölge bilgileri.

Konaklama işletmelerinin interneti tüketicilere ulaşmak için kullanması, işletmeye önemli ölçüde katkılar sağlamaktadır. Turistlerin konaklama işletmesi ile ilgili ne düşündüğünü, hangi konuda eksikleri olduğunu ve nerelerden memnun kaldığını birebir müşteri yorumlarından öğrenebilmektedirler (Sü Eröz ve Doğdubay, 2012: 146; Yavuz ve Haseki, 2012: 120). İnterneti seyahat planlama aracı olarak gören ve kullanan seyahatçilerin sayısı gün geçtikçe artış gösterirken turistik ürünleri satın alanların üçte biri seyahatlerini satın almadan önce fikir ve yardım almak adına çevrimiçi topluluk platformlarını ve ilgili forumları ziyaret etmektedirler ve oradaki görüşleri dikkate almaktadırlar (Güzel, 2014: 196).

### İlgili Araştırmalar

Sarı ve Kozak (2005b), çalışmasında, "hizmet endüstrisinin bilgi teknolojilerindeki son gelişmelerden günümüzde nasıl yararlandıkları konusunda genel bir değerlendirme yapılmıştır ve söz konusu gelişmelerin hizmet pazarlaması üzerinde ortaya çıkaracağı olası etkileri üzerinde durulmuştur. İkinci olarak ise turizm bölgelerine özgü kullanılabilir bölgesel web sitesi tasarımı konusunda bir model önerisinde bulunulmuştur. Bu kapsamda bireysel turizm işletmeleri ile kamu ve özel sektör kurumların ve kuruluşlarının yapmaları gerekenler hakkında bazı uygulamaya dönük önerilere yer verilmiştir."

Boylu ve Tuncer (2008) araştırmasında, "Türkiye'deki konaklama işletmelerinin yönetim yapılarının bu işletmelerin web tabanlı pazarlama faaliyetleri üzerinde etkili olup olmadığının belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmadan Türkiye'deki konaklama işletmelerinin; bağımsız, yerli zincir ve yabancı zincir olmalarının web tabanlı pazarlama faaliyetleri üzerinde kısmen etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır."

Bayram ve Yaylı (2009) çalışmasında, "web sitelerinde kullanılan özelliklerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Elde edilen bulgulara göre otel işletmelerinin web sitelerinin büyük çoğunluğunun bilgi sağlayıcı özellikler taşıdığı ve otel işletmelerinin hizmetlerini somutlaştırmak için otel ve oda resimleri kullandığını göstermektedir. Ayrıca otel işletmelerinin web sitelerinde en çok kullanılan özellikler olarak, siteye kolay ulaşım, iletişim ve ulaşım bilgisi, çoklu dil seçeneği, ana sayfaya kolay ulaşım ve kullanışlı menü olduğu ortaya çıkmıştır."

Karamusta ve Öz (2010) çalışmalarında, "Türkiye'deki konaklama işletmelerinin web sitelerinin çevrimiçi işlem yeteneklerinin kısıtlı olduğunu ve daha ziyade online bir broşür gibi hizmet verdiğini ortaya koymaktadırlar. Çalışma sonuçla-

rı, üst sınıfta yer alan konaklama işletmelerinin web sitelerindeki değişkenlerin başarımlarının alt sınıftakilere kıyasla daha yüksek olduğunu göstermektedir.”

Escobar-Rodriguez ve Carvajal-Trujillo (2013) araştırmalarında, “İspanyol otel web siteleri tarafından izlenen stratejileri belirlemek, otel ve web sitesi stratejisi arasındaki ilişkiyi analiz etmek amaçlanmıştır. Sonuçlar; İspanyol otel web sitelerinin öncelikle müşteriler için oluşturulduğunu ve yatırımcılara yönelik bilgilerin nispeten az olduğunu göstermektedir. Ayrıca otelin büyüklüğü ile çalışılan perspektiflerden ikisinde sağlanan bilgiler, yatırımcı ve sosyal medyada var olan bilgiler arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır.”

Güzel, Türker ve Türker (2014) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, “konaklama işletmelerinin pazarlama enstrümanı olarak sitelerinde yansıttığı rekreasyon faaliyetlerinin su sporları, spor aktiviteleri, eğlence, oyun etkinlikleri, güzellik-bakım-rehabilitasyon, animasyon, çocuk etkinlikleri ve kurs etkinlikleri olmak üzere sekiz tema altında toplandığı görülmüştür. Ayrıca araştırma sonucunda beklenilenin aksine otellerin web sitelerinde Antalya destinasyonunun rekreasyon potansiyelini ve çekicilik faktörlerini göz ardı ettikleri keşfedilmiştir.”

Cengiz ve Akkuş (2015) araştırmalarında; “Erzurum ilindeki turizm işletmelerinin bilgi teknolojilerini hangi ölçüde kullandığı, var olan web sitelerinde hangi özelliklerin bulunduğu ve işletmenin türüne göre web site özelliklerinin değişiklik gösterip göstermediğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada Mills ve Morrison (2002) turizm ve hizmet sektöründe web sitelerinin kullanımı ile ilgili oluşturduğu Standart Web Site Değerlendirme Ölçeğinden yararlanılmıştır. Analiz sonucunda 107,54 puan alan Erzurum ili turizm işletmeleri web sitelerinin %41,4'lük vasat bir görünüm sergilediği tespit edilmiştir.”

Pamukçu ve Arpacı (2016) çalışmalarında, “Türkiye’deki 135 helal konseptli otel işletmesinin web siteleri ziyaret edilerek veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Üç bölüm halinde tasarlanan çalışmanın literatür bölümünde otel işletmelerinin web sitelerinde yer verilen özellikler, helal konseptli otel işletmeciliği kavramı ve Türkiye’deki helal konseptli otel işletmeleri kavramlarına değinilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda, sunulan hizmetler ile ilgili bölüm %53,13 ile ilk sırada yer alırken helal anlayış özellikleri bölümü %8,15 ile son sırada yer almaktadır.”

Hung (2017) çalışmasında, “153 Tayvanlı otel web sitesinin verileri ve çok değişkenli doğrulayıcı faktör analizi, temel bileşen analizi ve kümeleme analizi yöntemleri kullanılarak beş otel web sitesi kalite yapısı altında on iki özellik geliştirilmiştir. Otel web sitesi kalite ölçeğine dayanan çalışma Tayvan otel endüstrisinin üç çevrimiçi segmentini göstermektedir ve daha sonra çevrimiçi web sitesi kalitesi ve çevrimdışı yıldız derecelendirmesi arasında Tayvanlı otellerin konumlandırma tutarlılığı sorunu olduğu tespit edilmiştir.”

Li ve diğerleri, (2017) araştırmasında ise, "Tüketicilerin otel web sitesi kalitesine inanması ve Çin'deki otel işletmelerine rezervasyon yaptırması arasındaki potansiyel kuramsal ilişkileri araştırmışlardır. Çin'de bulunan otellerin web sitesini kullanan 289 kullanıcıdan anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Kullanıcıların otel web sitesi kalitesinde dört boyuta (kullanılabilirlik, kullanım kolaylığı, eğlence ve tamamlayıcılık) dikkat ettiği saptanmıştır. Kalite ve çevrimiçi rezervasyon niyetleri arasında pozitif etki olduğu sonucuna ulaşılmıştır."

## YÖNTEM

Küresel ölçekte ve Türkiye özelinde 2000'li yıllarla birlikte hayatın tüm alanlarında olduğu gibi turizm ve destinasyon pazarlamasında, turistik tüketicilerin satın alma karar süreçlerinde, pazarlamacıların planlamalarında ve stratejilerini oluşturmalarında bilgi ve iletişim teknolojileri, akıllı ürünler, mobil uygulamalar, web siteleri, sosyal medya ve doğrudan pazarlama gibi araçlar ve faktörler belirleyici olmaya başlamıştır. Turistik ürünlerin soyutluk, heterojenlik, marka bağlılığının düşük olması, sübjektif değerlendirmelerin fazlalığı, mevsimsel ve fiyata bağlı talep dalgalanmaları, imaj ve tutundurma faaliyetlerinde yaşanan güçlükler, stoklanamazlık, krizlere ve istikrarsızlıklara aşırı duyarlılık, vb. gibi birtakım kendilerine özgü özellikleri söz konusudur (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2015: 66-69). Tüm bu özellikler ve turizm pazarlarında yaşanan yoğun rekabet turizm işletmelerinin özellikle de turistik tüketicilerin seyahatleri süresince en çok yararlandıkları ve destinasyonları tercihlerinde temel belirleyicilerden biri olan konaklama işletmelerinin (Öztürk, 2004: 33) daha yoğun ve sistemli bir biçimde tanıtılmasını ve tutundurulmasını gerekli hale getirmektedir. Konaklama işletmeleri turistik ürünlerinin ve hizmetlerinin hazırlanmasında, tanıtımında, sunumunda, pazarlanmasında, satışında ve satın alma sonrası süreçte turistik tüketicilerin değerlendirmelerinin öğrenilmesinde web sitelerinden (anlık geri bildirim sağlaması, düşük maliyetli olması, vb.) yoğun bir şekilde yararlanmaktadırlar. Bu çalışmada da Türkiye'de faaliyet gösteren turizm işletme belgesine sahip asli konaklama işletmelerinden beş yıldızlı otel işletmelerinin web sitelerinin belirli boyutlar ve bileşenler çerçevesinde değerlendirilmesi ve mevcut durumlarının ortaya konması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda ilgili yazındaki çalışmalar incelenmiştir ve en kapsamlı olacak şekilde web sitelerinin değerlendirme kriterleri belirlenmiştir (Murphy, vd., 1996; Rachman ve Buchanan, 1999; Karamustafa, vd., 2002; Doolin, vd., 2002; Chiang, 2003; Vrana, vd., 2004; Zafiroopoulos ve Vrana, 2005; Law ve Hsu, 2005; Law ve Liang, 2005; Boisvert ve Caron, 2006; Seock ve Norton, 2006; Nusair ve Kandampully, 2008; Bayram ve Yaylı, 2009; Rong, vd., 2009) ve turizm işletme belgesine sahip beş yıldızlı otellerin web sitelerinin değerlendirilmesinde kapsayıcı ve daha güncel bileşenlerden oluşmaları

sebebiyle Law ve Hsu (2005) tarafından geliştirilen *Otel Web Sitesi Boyutları ve Bileşenleri* ölçeğinden ve Karamustafa ve Öz (2010) tarafından yürütülen çalışmadan yararlanmaya karar verilmiştir. Konaklama işletmelerinde web sitesi değerlendirme boyutları ve bileşenleri; *rezervasyon bilgileri* (oda fiyatları, fiyat ve doluluk kontrolü, çevrimiçi ve gerçek zamanlı rezervasyon, güvenli ödeme sistemi, rezervasyonu görebilme ve iptal edebilme, rezervasyon politikaları ve kuralları, check in ve check out zamanları, rezervasyon için telefon numarası, ödeme seçenekleri, özel istek formu, site gizlilik politikası, grup rezervasyon imkânı, çevrimiçi ödemelerde güvenlik tavsiyeleri, garanti ve iade koşulları, misafirlere özel teklifler, döviz kuru bilgileri, döviz dönüştürücüsü); *otelin sunduğu hizmetlerle ilgili bilgiler* (otelin konum haritası, otel özellikleri, misafir odalarının özellikleri, otel hizmetlerinin fotoğrafları, otelin tanıtımı, otel promosyonları, otel restoranları hakkında bilgiler, sık seyahat eden misafirlere yönelik kampanyalar, otel sanal turları, otelin toplantı olanakları, otelin istihdam bilgileri, yiyecek ve içecek hizmetleri hakkında bilgiler, otelin genel alanlarının kamera ile izlenebilmesi); *otelin iletişim bilgileri* (otelin telefon numarası, otelin adresi, otelin e-mail adresi, otelin sosyal medya hesap bilgileri, oteldeki misafir temsilcisinin bilgileri, otelin faks numarası, sık sorulan sorular köşesi, misafir geri bildirim formu, çevrimiçi forum, ziyaretçi defteri, duyurular, misafir temsilcisi ile çevrimiçi görüşebilme olanağı, önceki misafirlerin yorumları ve önerileri, misafir memnuniyet anketi); *otelin çevresi hakkında bilgiler* (destinasyon ve çevre ulaşım bilgileri, havaalanı bilgileri, destinasyon ve çevresinin tanıtım bilgileri, destinasyon ve çevresinin sahip olduğu çekicilikler, destinasyondaki resmi tatillerle ilgili bilgi takvimi, hava durumu, yerel saat, yerel etkinlikler hakkında bilgiler); *otelin web sitesi yönetimi* (site bilgilerinin güncelliği, sitenin yabancı dilleri desteklemesi, sitenin yüklenme zamanı, site haritası, site içi arama motoru, diğer ilgili işletmeler ve hizmetlerle bağlantı linkleri, sitenin otel adına kayıtlı olması, site tasarımcısının belirtilmesi, sitedeki belgelerin indirilebilmesi ve kopyalanabilmesi, yardım menüsü) ve *işletme bilgilerinden* (otelin bağlı bulunduğu şirketin bilgileri, otelin bağlı bulunduğu şirketin tarihçesi, otelin bağlı bulunduğu şirketin ve web sitesinin başarı belgeleri ve ödülleri, otelin önemli organizasyonlara ve kuruluşlara üyelikleri, otelin basın bülteni, otelin vizyon ve misyonu, otelin akreditasyonuna ilişkin bilgiler, otelin sahiplerine ve ortaklarına yönelik bilgiler, otelin benimsediği etik kuralların deklarasyonu, otelin yaptırdığı araştırmalar ve sonuçları, otelin tedarikçilerinin bilgileri, otelde ayın personeli) oluşmaktadır. Bileşenleri betimlemek üzere nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan ve metin içerisinde tanımlanan belirli karakterlerden sistematik ve tarafsız sonuçlar çıkarmak için kullanılan *içerik analiz tekniğinden* yararlanılmıştır (Stone vd., 1966, Koçak ve Arun, 2006: 22) ve otel işletmelerinin değerlendirilmesi için hazırlanan form ikili ölçüm tekniği (1-Evet ve 2-Hayır) esas alınarak taranmıştır.

Sosyal bilimlerde araştırmacıların araştırma sonuçlarını genellemek istediği birimlerin bütünü *ana kütle (evren)* ve belirli bir ana kütle temsil yeterliliğine sahip olduğu kabul edilen, belli kurallara göre seçilmiş, bir bütünün parçası olan daha küçük kütle ise *örneklem* olarak tanımlanmaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2007: 53-54). Bu çalışmada ana kütle Türkiye'de faaliyet gösteren turizm işletme belgesine sahip tüm beş yıldızlı konaklama işletmeleri (685 işletme) ve araştırma örneğini ise turizm işletme belgesine sahip beş yıldızlı konaklama işletmelerinden web sitesine sahip olanlar (652 işletme) oluşturmaktadır (yigm.kulturturizm.gov.tr, 06.11.2017). Bu çalışmada örnekleme oluşturan 652 konaklama işletmesinin tümü belirlenen *Otel Web Sitesi Boyutları ve Bileşenleri* çerçevesinde değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Araştırmanın değerlendirme ve veri toplama süreci Kasım 2017-Nisan 2018 döneminde tamamlanmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen veriler bilgisayara kaydedilerek bir veri seti oluşturulmuştur. İlgili veri seti sosyal bilimler çalışmalarında yaygın bir biçimde kullanılan Statistical Package for the Social Science (SPSS 17.0) istatistikî veri programında analize tabi tutulmuştur. Araştırmada turizm işletme belgesine sahip beş yıldızlı konaklama işletmelerinin web sitelerine ilişkin elde edilen veriler yüzde ve frekans değerleriyle analiz edilmiştir. SPSS programında frekans analizi; değişkenlerin frekans ve yüzde dağılımlarının ayrı ayrı tablolar ile ifade edilmesinin yanı sıra değişkenlere ilişkin mod, medyan, ortalama ve standart sapma gibi betimsel istatistiklerin hesaplanabilmesine ve bazı grafiklerin çizilebilmesine olanak sağlamaktadır (Ural ve Kılıç, 2005: 151).

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma verileri frekans analizine tabi tutulmuştur ve elde edilen bulgular aşağıda özetlenmiştir.

**Tablo 2.** Otellerin Bölgeleri ve Sitelerinin Varlığı ile İlgili Frekans Analizi Sonuçları

Boyutlar	Kriterler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)
Otelin Bulunduğu Bölge	Akdeniz	355	51,8
	Marmara	121	17,7
	Ege	130	19,0
	İç Anadolu	42	6,1
	Karadeniz	15	2,2
	Güneydoğu Anadolu	18	2,6
	Doğu Anadolu	4	,6
Otelin Sitesi Var mı?	Evet	652	95,2
	Hayır	33	4,8

Araştırmaya dâhil edilen turizm işletme belgeli otel işletmelerinin %51,8'i (355) Akdeniz, %17,7'i (121) Marmara, %19'u (130) Ege, %6,1'i (42) İç Anadolu, %2,2'si (15) Karadeniz, %2,6'sı (18) Güneydoğu Anadolu ve %0,6'sı (4) Doğu Anadolu bölgesinde faaliyet göstermektedirler. Ayrıca ilgili otel işletmelerinin %95,2'sinin (652) kendilerine ait web sitesine sahip olduğu ve %4,8'inin (33) ise kendisine ait web sitesine sahip olmadığı belirlenmiştir.

**Tablo 3.** Otellerin Rezervasyon Bilgileri ile İlgili Frekans Analizi Sonuçları

Boyutlar	Kriterler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)
Oda Fiyatları	Var	529	81,1
	Yok	123	18,9
Fiyat ve doluluk kontrolü	Var	520	79,8
	Yok	132	20,2
Çevrimiçi/Gerçek zamanlı rezervasyon	Var	488	74,8
	Yok	164	25,2
Güvenli ödeme sistemi	Var	419	64,3
	Yok	233	35,7
Rezervasyonu görebilme/ İptal edebilme	Var	350	53,7
	Yok	302	46,3
Rezervasyon kuralları	Var	426	65,3
	Yok	226	34,7
Check in/out süreleri	Var	430	66,0
	Yok	222	34,0
Rezervasyon için telefon numarası	Var	546	83,7
	Yok	106	16,3
Ödeme seçenekleri	Var	453	69,5
	Yok	199	30,5
Özel istek formu	Var	186	28,5
	Yok	466	71,5
Site gizlilik politikası	Var	309	47,4
	Yok	343	52,6
Grup rezervasyon imkânı	Var	84	12,9
	Yok	568	87,1
Çevrimiçi ödemelerde güvenlik tavsiyesi	Var	238	36,5
	Yok	414	63,5
Garanti ve iade koşulları	Var	299	45,9
	Yok	353	54,1
Misafirlere özel teklifler	Var	247	37,9
	Yok	405	62,1
Döviz kuru bilgileri	Var	31	4,8
	Yok	621	95,2
Döviz dönüştürücü	Var	213	32,7
	Yok	439	67,3



Araştırmaya dâhil edilen turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin %81,1'inin oda fiyatlarına, %79,8'inin fiyat ve doluluk kontrolüne, %74,8'inin çevrimiçi ve gerçek zamanlı rezervasyona, %64,3'ünün güvenli ödeme sistemine, %53,7'sinin rezervasyonu görebilmeye ve iptal edebilmeye, %65,3'ünün rezervasyon politikalarına ve kurallarına, %66'sının check in ve check out zamanları, %83,7'sinin rezervasyon için telefon numarasına ve %69,5'inin ödeme seçeneklerine web sitelerinde yer verdiği belirlenmiştir. Ancak konaklama işletmelerinin %71,5'inin özel istek formuna, %52,6'sının site gizlilik politikasına, %87,1'inin grup rezervasyon imkânına, %63,5'inin çevrimiçi ödemelerde güvenlik tavsiyelerine, %54,1'inin garanti ve iade koşullarına, %62,1'inin misafirlere özel tekliflere, %95,2'sinin döviz kuru bilgilerine ve %67,3'ünün döviz dönüştürücüsüne web sitelerinde yer vermediği tespit edilmiştir.

**Tablo 4.** Otellerin Sunduğu Hizmetler ile İlgili Frekans Analizi Sonuçları

Boyutlar	Kriterler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)
Otelin konum haritası	Var	588	90,2
	Yok	64	9,8
Otelin özellikleri	Var	608	93,3
	Yok	44	6,7
Misafir odalarının özellikleri	Var	632	96,9
	Yok	20	3,1
Otelin hizmetlerinin fotoğrafları	Var	646	99,1
	Yok	6	,9
Otelin tanıtımı	Var	527	80,8
	Yok	125	19,2
Otel promosyonları hakkında bilgi	Var	181	27,8
	Yok	471	72,2
Otel restoranları hakkında bilgi	Var	576	88,3
	Yok	76	11,7
Otel sık ziyaret edenlere yönelik kampanyalar	Var	19	2,9
	Yok	633	97,1
Otelin sanal turları	Var	204	31,3
	Yok	448	68,7
Otelin toplantı olanakları	Var	493	75,6
	Yok	159	24,4
Otelin istihdam bilgileri	Var	240	36,8
	Yok	412	63,2
Otelin genele alanlarının kamera ile izlenebilmesi	Var	646	99,1
	Yok	6	,9
Yiyecek ve içecek hizmetleri ile ilgili bilgiler	Var	600	92,0
	Yok	52	8,0



Araştırmaya dâhil edilen turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin %90,2'sinin otelin konum haritasına, %93,3'ünün otel özelliklerine, %96,9'unun misafir odalarının özelliklerine, %99,1'inin otel hizmetlerinin fotoğraflarına, %80,8inin otelin tanıtımına, %88,3'ünün otel restoranları hakkında bilgiye, %75,6'sının otelin toplantı olanaklarına, %99,1'inin otelin genel alanlarının kamerası ile izlenebilmesine ve %92'sinin yiyecek ve içecek hizmetleri hakkında bilgilere web sitelerinde yer verdiği ancak %72,2'sinin otel promosyonlarına, %97,1'inin sık seyahat eden misafirlere yönelik kampanyalara, %68,7'sinin otel sanal turlarına ve %63,2'sinin otelin istihdam bilgilerine web sitelerinde yer vermediği belirlenmiştir.

**Tablo 5. Otellerin İletişim Bilgileri ile İlgili Frekans Analizi Sonuçları**

Boyutlar	Kriterler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)
Otelin telefon numarası	Var	633	97,1
	Yok	19	2,9
Otelin adresi	Var	632	96,9
	Yok	20	3,1
Otelin e-mail adresi	Var	612	93,9
	Yok	40	6,1
Otelin sosyal medya hesapları	Var	588	90,2
	Yok	64	9,8
Otelin misafir temsilcisi bilgileri	Var	28	4,3
	Yok	624	95,7
Otelin faks numarası	Var	567	87,0
	Yok	85	13,0
Sık sorulan sorular köşesi	Var	78	12,0
	Yok	574	88,0
Misafir geri bildirim formu	Var	125	19,2
	Yok	527	80,8
Çevrimiçi form	Var	67	10,3
	Yok	585	89,7
Ziyaretçi defteri	Var	39	6,0
	Yok	613	94,0
Duyurular	Var	73	11,2
	Yok	579	88,8
Misafir temsilcisi ile çevrimiçi görüşebilme	Var	70	10,7
	Yok	582	89,3
Önceki misafirlerinin yorumları/görüşleri	Var	232	35,6
	Yok	420	64,4
Misafir memnuniyet anketi	Var	63	9,7
	Yok	589	90,3

Araştırmaya dâhil edilen turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin %97,1'inin otelin telefon numarasına, %96,9'unun otelin adresine, %93,9'unun otelin e-mail adresine, %90,2'sinin otelin sosyal medya hesap bilgilerine ve %87'sinin otelin faks numarasına web sitesine yer verdiği ancak %95,7'sinin oteldeki misafir temsilcisinin bilgilerine, %88'inin sık sorulan sorular köşesine, %80,8'inin misafir geri bildirim formuna, %89,7'sinin çevrimiçi foruma, %94'ünün ziyaretçi defterine, %88,8'inin duyurulara, %89,3'ünün misafir temsilcisi ile çevrimiçi görüşebilme olanağına, %64,4'ünün önceki misafirlerin yorumlarına ve %90,3'ünün misafir memnuniyet anketine web sitesinde yer vermediği tespit edilmiştir.

**Tablo 6.** Otellerin Çevresi Hakkında Bilgiler ile İlgili Frekans Analizi Sonuçları

Boyutlar	Kriterler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)
Destinasyona ve çevreye ulaşım bilgileri	Var	280	42,9
	Yok	372	57,1
Destinasyon ve çevresindeki havaalanlarının bilgileri	Var	249	38,2
	Yok	403	61,8
Destinasyon ve çevresinin tanıtım bilgileri	Var	265	40,6
	Yok	387	59,4
Destinasyon ve çevresinin sahip olduğu çekicilikler	Var	252	38,7
	Yok	400	61,3
Destinasyondaki resmi tatillerle ilgili bilgi takvimi	Var	11	1,7
	Yok	641	98,3
Hava durumu bilgisi	Var	142	21,8
	Yok	510	78,2
Yerel saat bilgisi	Var	73	11,2
	Yok	579	88,8
Yerel etkinlikler hakkında bilgiler	Var	329	50,5
	Yok	323	49,5

Araştırmaya dâhil edilen turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin %50,5'inin yerel etkinlikler hakkında bilgilere web sitelerinde yer verdiği ancak %57,1'inin destinasyona ve çevre ulaşım bilgilerine, %61,8'inin havaalanı bilgilerine, %59,4'ünün destinasyon ve çevresinin tanıtım bilgilerine, %61,3'ünün destinasyon ve çevresinin sahip olduğu çekiciliklere, %98,3'ünün destinasyondaki resmi tatillerle ilgili bilgi takvimine, %78,2'sinin hava durumu bilgisine ve %88,8'inin yerel saat bilgisine web sitelerinde yer vermediği belirlenmiştir.

**Tablo 7. Otellerin Web Sitesi Yönetimi Bilgileri ile İlgili Frekans Analizi Sonuçları**

Boyutlar	Kriterler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)
Sitedeki bilgilerin güncelliği	Var	638	97,9
	Yok	14	2,1
Sitenin farklı yabancı dilleri desteklemesi	Var	642	98,5
	Yok	10	1,5
Sitenin yüklenme zamanı	Var	606	92,9
	Yok	46	7,1
Site haritasının varlığı	Var	109	16,7
	Yok	543	83,3
Site içi arama motorunun varlığı	Var	42	6,4
	Yok	610	93,6
Diğer ilgili işletmelerle ve hizmetlerle bağlantılı linkler	Var	309	47,4
	Yok	343	52,6
Sitenin otel adına kayıtlı olması	Var	645	98,9
	Yok	7	1,1
Site tasarımcısının bilgileri	Var	301	46,2
	Yok	351	53,8
Sitedeki belgelerin indirilebilmesi/ kopyalanabilmesi	Var	629	96,5
	Yok	23	3,5
Yardım menüsü	Var	15	2,3
	Yok	637	97,7

Araştırmaya dâhil edilen turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin %97,9'unun site bilgilerinin güncelliğine, %98,5'inin sitenin yabancı dilleri desteklemesine, %92,9'unun sitenin yüklenme zamanına, %98,9'unun sitenin otel adına kayıtlı olmasına ve %96,5'inin sitedeki belgelerin indirilebilmesine ve kopyalanabilmesine önem gösterdiği ancak konaklama işletmelerinin %83,3'ünün site haritasına, %93,6'sının site içi arama motoruna, %52,6'sının diğer ilgili işletmeler ve hizmetlerle bağlantı linklerine, %53,8'inin site tasarımcısının belirtilmesine ve %97,7'sinin yardım menüsüne web sitelerinde yer vermediği belirlenmiştir.

**Tablo 8.** Otellerin İletişim Bilgileri ile İlgili Frekans Analizi Sonuçları

Boyutlar	Kriterler	Sıklık (N)	Yüzde Değeri (%)
Otelin bağlı bulunduğu şirketin bilgileri	Var	142	21,8
	Yok	510	78,2
Otelin bağlı bulunduğu şirketin tarihçesi	Var	111	17,0
	Yok	541	83,0
Otelin bağlı bulunduğu şirketin/ web sitesinin ödülleri/belgeleri	Var	224	34,4
	Yok	428	65,6
Otelin önemli organizasyonlara/kuruluşlara üyelikleri	Var	148	22,7
	Yok	504	77,3
Otelin basın bülteni	Var	205	31,4
	Yok	447	68,6
Otelin vizyonu ve misyonu	Var	117	17,9
	Yok	535	82,1
Otelin akreditasyonuna ilişkin bilgiler (ISO, Helal, vb.)	Var	122	18,7
	Yok	530	81,3
Otelin sahiplerine ve ortaklarına yönelik bilgiler	Var	87	13,3
	Yok	565	86,7
Otelin benimsediği etik kuralların deklarasyonu	Var	57	8,7
	Yok	595	91,3
Otelin yaptırdığı araştırmalar ve sonuçları	Var	5	0,8
	Yok	647	99,2
Otelin tedarikçilerinin bilgileri	Var	248	38,0
	Yok	404	62,0
Otelde ayın personelinin ilanı	Var	1	0,2
	Yok	651	99,8

Araştırmaya dâhil edilen turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin %78,2'sinin otelin bağlı bulunduğu şirketin bilgilerine, %83'ünün otelin bağlı bulunduğu şirketin tarihçesine, %65,6'sının otelin bağlı bulunduğu şirketin ve web sitesinin başarı belgelerine ve ödüllere, %77,3'ünün otelin önemli organizasyonlara ve kuruluşlara üyelik bilgilerine, %68,6'sının otelin basın bültenine, %82,1'inin otelin vizyonuna ve misyonuna, %81,3'ünün otelin akreditasyonuna ilişkin bilgilerine, %86,7'sinin otelin sahiplerine ve ortaklarına yönelik bilgilere, %91,3'ünün otelin benimsediği etik kuralların deklarasyonuna, %99,2'sinin otelin yaptırdığı araştırmalara ve sonuçlarına, %62'sinin otelin tedarikçilerinin bilgilerine ve %99,8'inin otelde ayın personeli seçilen kişinin bilgilerine web sitelerinde yer vermedikleri tespit edilmiştir.

## SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Bu araştırmada Türkiye’de faaliyet gösteren turizm işletme belgesine sahip asli konaklama işletmelerinden beş yıldızlı otel işletmelerinin web sitelerinin belirli boyutlar ve bileşenler çerçevesinde değerlendirilmesi ve mevcut durumlarının ortaya konması amaçlanmıştır. Bu bağlamda ilgili yazındaki çalışmalar incelenmiştir ve *Otel Web Sitesi Boyutları ve Bileşenleri* ölçeğinden yararlanılarak ilgili otellerin web siteleri içerik analizine tabi tutulmuştur. Konaklama işletmelerinde web sitesi değerlendirme boyutları olarak *rezervasyon bilgileri, otelin sunduğu hizmetlerle ilgili bilgiler, otelin iletişim bilgileri, otelin çevresi hakkında bilgiler, otelin web sitesi yönetimi* ve *işletme bilgileri* ele alınmıştır.

Cengiz ve Akkuş’un (2015) çalışmasına göre Erzurum ilindeki konaklama işletmelerinin %20 si web sitesine sahip iken, araştırma sonucunda sağlanan bilgilere göre araştırmaya dâhil edilen işletmelerin tamamına yakınının web sitesine sahip olduğu dikkate alındığında, konaklama işletmelerinin web sitesinin gücünün farkında olduğu ve hedef kitlelerine günün şartlarına uygun olarak ulaşma gayreti içerisinde olduğu söylenebilir. Web sitesi olmayan konaklama işletmelerinin de ivedilikle bir web sitesine sahip olmasıyla daha geniş kitlelere ulaşması mümkün olabilecektir. İlgi işletmeler bu bağlamda harekete geçmelidir. Konaklama işletmelerinin genel olarak, odalara (fotoğraf, ödeme, çevrimiçi check in ve check out işlemleri vb.) ve rezervasyona yönelik bilgilere ve işlemlere yer vermesinin olumlu bir sonuç olduğu söylenebilir. Bu sayede işletmenin tanıtım eylemleri başarılı bir şekilde gerçekleşebilmektedir. Ancak döviz kuru ve döviz dönüştürücü bilgilerine yönelik bilgilendirmenin eksik olması uluslararası turizmde yaşanan rekabetten bu anlamda olumsuz yönde etkilenebileceklerini düşündürmektedir. Dünya ile iş yapabilmek için dünyanın ekonomik değerlerine ve bilgilerine dikkat etmek gerekmektedir. Bu açıdan ilgili konuda eksiklikleri bulunan konaklama işletmelerinin web sitelerinde gerekli düzenlemeleri yapmaları gerekmektedir.

Konaklama işletmelerinin konum bilgisi, iletişim bilgileri (telefon, e-posta vb.), ulaşımaya yönelik ek bilgiler vermeleri ve potansiyel turistleri ilgilendiren kampanyalara ve promosyonlara ağırlıklı olarak yer vermelerinin tüketicileri ikna etme ve taleplerini işletmeye çekme konularında olumlu etkilerinin olacağını düşünülmektedir. Boylu ve Tuncer (2008) araştırmasında, konaklama işletmelerinin web sitelerinde güncelleme yapması gerekliliğine dikkat çekmektedir. Bu bakımdan konaklama işletmelerinin ilgili konularda web sitelerini güncel tutmalarıyla kârlılıklarını ve müşteri devamlılıklarını sağlayabileceklerdir. Konaklama işletmelerinin yarısına yakınının destinasyona yönelik bilgilendirme faaliyetlerine web sitelerinde yer verilmedikleri göz önünde bulundurulduğunda bölgesel kalkınmanın gerçekleşmesi ve ilgili faaliyetlerle turistlerin

işletmeye çekilmesi gerçekleşemeyebilir. Bu yüzden konaklama işletmeleri yöredeki rekreasyon faaliyetleriyle ilgili bilgilere web sitelerinde yer vererek daha fazla tüketiciyi işletmelerine çekebileceklerdir.

Bayram ve Yaylı (2009) araştırmasında, konaklama işletmelerinin web sayfalarında birden fazla yabancı dil seçeneğinin olması gerektiğini ve bu konuya hassasiyet gösterildiğini belirtmektedir. Konaklama işletmelerinin çevrim içi destek konusunda da gerekli önlemlerin alınması gerektiğini vurgulamışlardır. Araştırma sonucunda, konaklama işletmelerinin web sayfalarında birden fazla yabancı dille hizmet vermesi, üyelik sistemi uygulamaları ve işletmenin sahip olduğu sertifika bilgilerine yer vermesi siteyi ziyaret eden tüketiciler üzerinde olumlu bir etki yarattığı söylenebilir. Ayrıca web sitesi içerisinde arama motoru bulundurmamak sayfa içerisinde yer alan bilgilere ulaşmada kolaylık sağlamaktadır ve aynı zamanda başka araçlara duyulabilecek ihtiyacı azaltabilmektedir. Fakat çevrimiçi destek hattının ve yardım menüsü konularında çoğunlukla eksiklikleri bulunan konaklama işletmelerinin belirtilen alanlarda gerekli düzenlemeleri yapmaları gerekmektedir. Çünkü ilgili hizmetler aracılığıyla tüketici sadakati oluşturulabilir ve işletmeye yönelik tüketici bağlılığı artırılabilir. Tüketiciler karşılaştıkları sorunlar karşısında bilgi alabilecekleri kişilerle iletişim sağladıklarında işletmeyi tercih etme eğilimine sahip olabilecekleri gibi ileride karşılaşılabilecekleri sorunların giderebileceğini düşünebileceklerdir.

Güreş, Arslan ve Yalçın'nın (2013) araştırmasında turizm işletmelerinin kurumsal kimliğini vurgulayacak değişkenlerin, işletmelerin web sitelerinde yer alması gerektiğini belirtmektedir. Konaklama işletmelerinin web sitelerinde bağlı bulunduğu şirketin bilgisinin verilmesi, sahip olduğu ödüllerin paylaşılması, yerel ve ulusal basında yer aldığı haberler, benimsediği vizyon, misyon ve etik kuralların yer alması yine tüketiciler üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu söylenebilir. Bu konuda herhangi bir sistem veya belgeye sahip olmayan işletmelerin en kısa sürede gerekli uygulamaları ve sertifikaları sağlamalarıyla geleceğe dönük güçlü yatırımlarını gerçekleştirmiş olacaklardır. İlgili bilgilere web sitelerinde yer vererek tüketiciyi ikna etme ve tercih edilme olasılıklarını arttırmış olacaklardır.

Konaklama işletmelerinin aktif olarak web sitelerini kullanıyor olmaları, mevcut ve potansiyel tüketicileri, iş birliği sağladığı işletmeler ve paydaşları açısından kurumsallaşma çabasının bir parçası olarak değerlendirilebilir. Kurumsallaşma, ticari itibarı ve güveni besleyen bir unsurdur. Bu sayede konaklama işletmeleri rakipleri karşısında rekabet avantajı sağlayabilirler. Konaklama işletmeleri ayrıca web sitelerinde kendi reklam faaliyetlerinin yanında diğer kurum ve kuruluşlarla anlaşarak onların reklam faaliyetlerini belirli ücret veya iş kollarına yakın olmaları durumunda belli indirimler karşılığında gerçekle-

tirebilirler. Bu durum konaklama işletmelerinin internet sayesinde hali hazırda maliyetlerini düşürürken ekstra kazanç elde etmelerini de sağlayacaktır.

Çalışmanın güncel verilerden oluşmasından dolayı literatüre olumlu katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Mevcut web sitelerinin durumunun incelenmesiyle konaklama işletmelerinin web sitelerine yapması gereken güncellemeler ve web sitesi olmayan konaklama işletmelerinin web sitelerini tasarlarken dikkate alması gereken hususlardan bazıları sıralanmıştır. Bu anlamda çalışmanın incelenen örneklemdaki konaklama işletmelerine destek sağlayabileceği öngörülmektedir. Sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalar kesin olmayan sonuçlara ve bu sonuçlar üzerinde yapılan tartışmalara dayandırılmaktadır. Bu nedenle araştırmacılar konularını belirli sınırlılıkları esas alarak belirlemelidirler ve bu sınırlılıkları araştırmalarında açıklamalıdır. Bu çalışmada araştırma safhası turizm işletme belgesine sahip beş yıldızlı otel işletmeleri (oteller, golf tesisleri, termal tesisler, personel eğitim merkezleri, tatil köyleri, kongre ve toplantı merkezleri olmak üzere toplam 685 işletme) ile sınırlandırılmıştır. Yapılan bu araştırmanın ilgili literatüre ve sonraki çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca ölçeğe yapılacak yeni eklemeler, mevcut örneklemin genişletilmesi ve seyahat acentaları gibi diğer turizm işletmelerinin de içerik analizlerinin yapılarak işletmeler veya sektörler bağlamında karşılaştırma, zaman serisi çalışmaları, sosyal medya kullanımları vb. de sonraki çalışmalara konu edilebilir.



## KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri- SPSS Uygulamalı*. (Geliştirilmiş 5. Bs.). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Ardıç Yetiş, Ş. (2016). Deneyimsel Pazarlama. İ. Yılmaz (Ed.), *Turizm Pazarlamasında Yeni Yaklaşımlardan Seçmeler*, (ss. 117-136). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aslan, Z., Güneren E. ve Çoban, G. (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (4), 3-14.
- Avcı Kurt, C. (2010). *Turizmde Ürün ve Satış Geliştirme*. (3. Baskı), İstanbul: Değişim Yayınları.
- Bayram, M. ve Yaylı, A. (2009). Otel Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (27), 347-379.
- Bayram, A. T. (2012). *Pazarlamada Veri Tabanının Güncel Bir Unsuru Olan Sosyal Medyanın Otel Pazarlamasındaki Yeri*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Boisvert, H. and Caron, M. A. (2006). Benchmarking Web Site Functions. *Benchmarking: An International Journal*, 13 (1/2), 174-189.
- Boo, S. and Busser, J. A. (2018). Meeting Planners' Online Reviews of Destination Hotels: A Twofold Content Analysis Approach. *Tourism Management*, 66, 287-301.
- Boylu, Y. ve Tuncer, A. (2008). Konaklama İşletmelerinin Yönetim Yapılarının Web Tabanlı Pazarlama Faaliyetlerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (13), 11-30.
- Bozdoğan, M. (2012). *Turizm İşletmelerinde E-Ticaret: Yemeksepeti.com Üzerinden Satış Yapan Yiyecek İçecek İşletmelerinde Bir İnceleme Örneği: Konya İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat.
- Cengiz, G. ve Akkuş, Ç. (2015). Erzurum İli Turizm İşletmeleri Web Kullanımı ve Web Sitelerinin Değerlendirilmesi. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29 (3), 441-457.
- Chiang, L. C. (2003). Effectiveness of the Hotel Websites in Singapore: A Perspective From Business-to-Business (B2B) Organisations. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 8 (2), 38-47.
- Cıngı, M. (2015). Online Pazarlama İletişiminde Kullanılan Video İçeriklerinin Ürün Tanıtımına Etkisi. *Humanities Science*, 10 (4), 145-163.

- Çokal, Z. (2016). Sosyal Medya Pazarlaması. İ. Yılmaz (Ed.), *Turizm Pazarlamasında Yeni Yaklaşımlardan Seçmeler*, (ss.77-92). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dalgın, T. ve Karadağ, L. (2013). Restoran İşletmeleri Web Sitelerinin İçerik Analizi: Marmaris-Bodrum Örneği. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (13), 133-150.
- Diaz, E. and Koutra (2013). Evaluation of the Persuasive Features of Hotel Chains Websites: A Latent Class Segmentation Analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 34, 338-347.
- Doolin, B., Burgess, L. and Cooper, J. (2002). Evaluating the Use of the Web for Tourism Marketing: A Case Study From New Zealand. *Tourism Management*, 23, 557-561.
- Doğan, S., Sert, S. ve Tutan, E. (2016). Konaklama İşletmeleriyle İlgili İnternet Sitelerinde Yer Alan Yorumların Tüketici Karar Sürecine Etkisi: Ankara'da Çalışan Öğretim Elamanları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12 (30), 175-191.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*. (Tıpkı 3. Bs.). İstanbul: Beta Basım.
- Ercan, F. (2014). Viral Pazarlama. S. Artuğer (Ed.), *Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar ve Turizmde Uygulamaları*, (ss.137-164). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Eryılmaz, B. ve Zengin, B. (2014). Butik Otel İşletmelerinin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Bir İnceleme: Facebook Örneği. *Kastamonu Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4 (4), 42-58.
- Escobar-Rodriguez, T. and Carvajal-Trujillo, E. (2013). An Evaluation of Spanish Hotel Websites: Informational vs. Relational Strategies. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 228-239.
- Güleç, E. (2016). *Kullanım ve Doyumlar Yaklaşımının Sosyal Medya Kullanım Niyeti ve Turistik Deneyim Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Güreş, N., Arslan, S. ve Yalçın R. (2013). Türk Havayolu İşletmelerinin Web Sitelerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6 (1), 173-185.
- Güzel, F. Ö. (2014). Deneyimsel Kritik Değer Süreçlerinin Elektronik Ağızdan Ağıza İletişimle Seyahat 2.0 Bilgi Kaynaklarına Yansımaları: Tripadvisor.com Üzerine Bir İçerik Analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(22), 193-210.

- Güzel, F. Ö., Türker, G. Ö. ve Türker, A. (2014). Bir Pazarlama Enstrümanı Olarak Rekreasyon Faaliyetlerinin Otellerin Web Sitelerinde Kullanımı: Antalya Destinasyonunda Bir Araştırma. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi*, 5 (2), 5-18.
- Horzum, M. B. (2010). Öğretmenlerin Web 2.0 Araçlarından Haberdarlığı, Kullanım Sıklıkları ve Amaçlarının Çeşitli Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7 (1), 603-634.
- Hung, C. (2017). Online Positioning Through Website Service Quality: A Case of Star-rated Hotels in Taiwan. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 181-188.
- Karamustafa, K., Biçkes, M. ve Ulama, Ş. (2002). Türkiye'deki Konaklama İşletmelerinin İnternet Web Sitelerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Çalışma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19, 51-92.
- Karamustafa, K. ve Öz, M. (2010). Türkiye'de Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinde Yer Verilen Faktörlerin Başarımı. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5 (2), 189-218.
- Kayalar, H. ve Özdemir, S. (2013). Anlamsal Web Temelli Öğretimde Yönlendirmenin Kazanma ve Kalıcılığa Etkisi. *Uluslararası Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-16.
- Kızılaslan, H. ve Gönültaş, H. (2011). Bilişim Teknolojisinin Tarım Ürünlerinin Pazarlamasındaki Konum ve Önemi (E-Pazarlama). *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28 (1), 102-115.
- Kendir, H. (2014). Veri Tabanlı Pazarlama. S. Artuğer (Ed.), *Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar ve Turizmde Uygulamaları*, (ss.203-221). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Koçak, A. ve Arun, Ö. (2006). İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu. *Selçuk İletişim Dergisi*, 4 (3), 21-28.
- Kozak, N. (2014). *Turizm Pazarlaması*. (6. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, A. M. ve Kozak, M. (2015). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. (Yenilenmiş 18. Bs.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükaltan, D. ve Kılıçaslan, E. (2013). Turizmde Sosyal Medya Yönetimi. Ş. A. Tükeltürk ve M. Boz (Ed.), *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler*, (ss.209-232). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017). *Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü-Turizm İşletmesi Belgeli Tesisler*. 06 Kasım 2017 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9579/turizm-tesisleri.html> adresinden erişildi.

- Law, R. ve Hsu, C. H. C. (2005). Customers' Perceptions on to Importance of Hotel Web Site Dimensions and Attributes. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16 (6), 493-503.
- Law, R. and Liang, K. (2005). A Multi-Criteria Decision-Making Approach to Compare and Contrast the Websites of China-Based And U.S.-Based Hotels. *FIU Hospitality Review*, 23 (1), 64-82.
- Li, L., Peng, M., Jiang, N. and Law, R. (2017). An Emprical Study on the Influence of Economy Hotel Website Quality on Online Booking Intentions. *International Joutnal of Hospitality Management*, 63, 1-10.
- Liu, C. S. and Chou, S. (2016). Tourism Strategy Development and Facilitation of Integrative Processes Among Brand Equity Marketing and Motivation. *Tourism Management*, 54, 298-308.
- Murphy, J., Edward J. F., Wotring, C. E. and Brymer, R. A. (1996). Hotel Management and Marketing on the Internet. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 37 (3), 70-82.
- Nusair, K. and Kandampully, J. (2008). The Antecedents of Customer Satisfaction With Online Travel Services: A Conceptual Model. *European Business Review*, 20 (1), 4-19.
- Özkul, E. ve Demirer, D. (2013). Turizmde E-Pazarlama. Ş. A. Tükeltürk ve M. Boz (Ed.), *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler*, (ss.165-186). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Öztürk, A. B. (2004). *Kızkalesi Yöresinde Tatilini Geçiren Turistlerin Memnuniyetlerini Etkileyen Faktörler*. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Pamukçu, H. ve Arpacı, Ö. (2016). Helal Konseptli Otel İşletmelerinin Web Sitelerinin Analizi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 147-160.
- Pınar, İ. (2005). Turizm Endüstrisinde E-Ticaret, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 28-55.
- Rachman, Z. M. ve Buchanan, J. (1999). *Effective Tourism Web Sites-Part 2-Department of Management Systems Research Report Series*. Hamilton: University of Waikato.
- Rong, J., Li, G. and Law, R. (2009). A Contrast Analysis of Online Hotel Web Service Purchasers and Browsers. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 466-478.
- Rufollo, I. (2015). The Greening of Hotels in the UK and Italy: A Cross-cultural Study of the Promotion of Environmental Sustainability of Comparable Corpora of Hotel Websites. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 198, 397-408.

- Salavati, S. and Hashim, N. H. (2015). Website Adoption and Performance by Iran Hotels. *Tourism Management*, 46, 367-374.
- Sarı, Y. ve Kozak, M. (2005a). Turizm İşletmelerinde Doğrudan Pazarlama Çabaları Kapsamında Bilgi Teknolojilerinin Kullanımı, *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, 19 (1), 359-383.
- Sarı, Y. ve Kozak, M. (2005b). Turizm Pazarlamasında İnternetin Etkisi: Destinasyon Web Sitleri İçin Bir Model Önerisi. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 9, 248-271.
- Schmidt, S., Cantalops, A. S. and Santos, P. (2008). The Characteristics of Hotel Website Effectiveness. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 504-516.
- Seock, Y. K. and Norton, M. J. T. (2007). Capturing College Students on the Web: Analysis of Clothing Web Site Attributes. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 11 (4), 539-552.
- Seyitoğlu, F. ve Çalışkan, O. (2014). Turizm Literatüründe Türk Mutfağı Üzerine Yapılan Araştırmaların Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (4), 23-35.
- Sü Eröz, S. ve Doğdubay, M. (2012). Turistik Ürün Tercihlerinde Sosyal Medyanın Rolü ve Etik İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27 (1), 133-157.
- Sökmen, A. (2014). *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği*. (7. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ukpabi, D. C. and Karjaluoato, H. (2017). Consumers' Acceptance of Information and Communications Technology in Tourism: A Review. *Telematics and Informatics*, 34(5), 618-644.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Vrana, V., Zafiroopoulos, C. and Paschaloudis, D. (2004). Measuring the Provision of Information Services in Tourist Hotel Web Sites: The Case of Athens-Olympic City 2004, *Tourism and Hospitality Planning&Development*, 1 (3), 255-272.
- Vural, Z. B. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yaşar University*, 20 (5), 3348-3382.
- Wang, L., Law, R., Denizci Guillet, B., Hung, K. and Fong, D. K. C. (2015). Impact of Hotel Website Quality on Online Booking Intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 47,108-115.

- Yaşa Özeltürkay, E. (2015). Sosyal Ağlar Teorisi (Network/Social Network Theory). (2.Bs.). M. İ. Yağcı ve S. Çabuk (Ed.), *Pazarlama Teorileri*, (ss.187-209). İstanbul: MediaCat.
- Yavuz, M. C. ve Haseki, M. İ. (2012). Konaklama İşletmelerinde E-Pazarlama Uygulamaları: E-Medya Araçları Temelinde Bir Model Önerisi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (2), 116-138.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2007). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (Genişletilmiş 2. Bs.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zafiroopoulos, C. and Vrana, V. (2005). Information Services Offered Through the Hotel Web Sites: A Comparative Study Between Cyprus and Greece. *The Cyprus Journal of Sciences*, 3, 225-247.

# BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ YAZIM VE YAYIN KURALLARI

## YAYIN KURALLARI

1. **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından altı ayda bir (Haziran ve Aralık) yayınlanır. Dergide, *Türkçe, İngilizce, Almanca ve Fransızca* dillerinde hazırlanmış **Coğrafya, Eğitim Bilimleri, Güzel Sanatlar Eğitimi, İktisat, İlköğretim, İşletme, Kamu Yönetimi, Maliye, Orta Öğretim Resim, Sosyal Alanlar Eğitimi, Sosyoloji, Tarih, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik, Türk Dili ve Edebiyatı, Türkçe Eğitimi ve Yabancı Diller Ana Bilim Dalları**'nın kapsamına giren konulardaki özgün ve nitelikli makaleler, kitap tanıtımı ve eleştirileri ile örnek olay çalışmaları yayımlanabilir.
2. Dergimizin ana hedefi; bilimsel normlara ve bilim etiğine uygun, nitelikli ve özgün çalışmaları titizlikle değerlendirerek, düzenli aralıklarla yayımlayan ve sosyal bilimler alanında tercih edilen öncelikli dergiler arasında yer almaktır.
3. Derginin yayıncısı, editörü ve yayın kurulu yazarların belirtmiş olduğu görüş ve düşünceler ile doğabilecek etik ihlallerinin sorumluluğunu kabul etmekle yükümlü olmayıp **dergide yer alan makale ve yazıların sorumluluğu yazar(lar)ına aittir.**
4. Dergiye yayımlanmak üzere gönderilen çalışmalar öncelikle **şekil/yazım şartları ve benzerlik (intihal programı kullanılarak) bakımından** ön değerlendirilmeye alınır. Ön değerlendirme **şartlarını sağlamayan çalışmalar hakemlere gönderilmez.** Şartlara uygun olan çalışmalar, içerik açısından incelenmek üzere **en az iki hakeme gönderilir.** Makaleyi değerlendiren hakemlerin kimlikleri hakkında yazarlara, gönderilen makalenin kime ait olduğu konusunda da hakemlere bilgi verilmez. Hakem raporları gizlidir. Hakemlerden olumlu rapor alamayan makaleler yayımlanmaz ve yazarına iade edilmez; bu konuda idari ve adli sorumluluk kabul edilmez. Hakemler tarafından düzeltme istenen yazılar ise gerekli değişiklikler için yazar(lar)a geri gönderilir. Düzeltilmiş metni belirtilen süre içerisinde dergiye ulaştırmak yazar(lar)ın sorumluluğundadır. Eserin **yayımlanmasına karar verilmesi durumunda** yazarlar **Telif Hakkı Devir Formu**'nu doldurarak haklarını Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'ne devretmelidirler.
5. Dergide yayımlanacak olan eserler, **daha önce bir başka dergide yayımlanmamış, yayımlanmak üzere gönderilmemiş ya da yayım için kabul edilmemiş olmalıdır.** Herhangi bir bilimsel toplantıda sunulmuş ve yayımlanmamış yazılarda, toplantının adı, yeri ve tarihi belirtilmelidir.



6. Yazar(lar) dergimize gönderilen makalenin kendilerine ait **orijinal bir çalışma olduğunu ve intihal yapmadıklarını**, çalışmada adı geçen yazarların bu çalışmaya **bireysel olarak katılmış olduklarını** ve bu çalışma için her türlü sorumluluğu aldıklarını, tüm yazarların gönderilen makalenin **son halini gördüklerini** ve **onayladıklarını**, makalenin başka bir yerde **basılmadığını veya basılmak için gönderilmediğini**, makalede bulunan metnin, şekillerin ve dökümanların diğer şahıslara ait olan **Telif Haklarını ihlal etmediğini kabul ve taahhüt ederler**.
7. Çalışma, editörlere 1 nüsha halinde elektronik ortamda sunulmalıdır. Makalenin elektronik ortamda gönderilebilmesi için, sisteme üye olunmalı ve kullanıcı girişi yapılmalıdır. Kullanıcı girişi yapıldıktan sonra sol Menüde çıkan **“Makale Gönder”** bağlantısı kullanılarak makale sisteme kayıt edilir. **Sisteme kaydedilecek çalışmalarda yazar adları bulunmamalıdır**. Yayımlanmak üzere gönderilen makaleler **ekler ve kaynakça dahil olmak üzere 25 sayfayı geçmemelidir**.

**ÇALIŞMALAR SİSTEMDE 97/2003 WORD DOSYASI (.DOC UZANTILI) OLARAK YÜKLENMELİDİR. SİSTEME DOCX UZANTILI BELGE YÜKLENMEYE ÇALIŞILDIĞINIZDA EKSİK BİLGİ GİRİLDİĞİ HATASI ALINACAKTIR.**

## YAZIM KURALLARI

### MAKALE BAŞLIĞI<sup>1</sup>

(Sayfa Ortasına Gelecek Şekilde, 12 Punto, Times New Roman, Kalın, 1 Satır Aralığı, Büyük Harf)

### Makalenin İngilizce Başlığı

(Sayfa Ortasına Gelecek Şekilde, 12 Punto, Times New Roman, Kalın, 1 Satır Aralığı, Her Kelimenin İlk Harfi Büyük)

**ÖZ:** İki yana yaslı, 11 punto, Times New Roman, 1 satır aralığı verilerek yazılır. Makalenin özeti araştırmanın amacını, yöntemini ve elde edilen bulguları yansıtabilecek şekilde, en fazla 300 sözcük olarak, Türkçe ve İngilizce hazırlanmalıdır. **Makalenin dili Türkçe ise “ÖZ,” yabancı dilde ise “ABSTRACT” başa gelmelidir.**

**Anahtar Kelimeler:** Anahtar Kelime 1, Anahtar Kelime 2, Anahtar Kelime 3 (Sola yaslı, 11 punto, Times New Roman, 1 satır aralığı)

**ABSTRACT:** İki yana yaslı, 11 punto, Times New Roman, 1 satır aralığı verilerek yazılır.

**Keywords:** Keyword 1, Keyword 2, Keyword 3 (Sola yaslı, 11 punto, Times New Roman, 1 satır aralığı)

## ANA BAŞLIKLAR

Ana başlıklar 1 paragraf girintisi verilerek, 11 punto, kalın ve düz olmalı, büyük harfle yazılmalıdır.

<sup>1</sup> Eğer hakkında yazılan çalışma bir bildiri, tez veya proje çalışmasının bir kısmı ise ÇALIŞMANIN HAKEMLİK SÜRECİNDEN BAŞARILI BİR HALDE GEÇMESİ DURUMUNDA YAZARLARDAN İSTENECEKTİR.

Makalelerde problem/çalışmanın konusu, giriş bölümü içinde açıkça belirtilmelidir. Giriş bölümünü sırasıyla yöntem, varsa bulgular, yorum/tartışma ve sonuç ve öneriler bölümleri izlemelidir. Alanlara göre farklı bölümler yer alabilir.

Metin içindeki diğer bütün kısımlar, **11 punto ve tek satır aralıklı olarak**, biçimlendirme bozulmadan yazılmalıdır.

### Alt Başlıklar

Alt başlıklar 1 paragraf girintisi verilerek, 11 punto ve sözcüklerin ilk harfleri büyük olmak üzere kalın olarak yazılmalıdır.

### Tablo, Çizelge, Şekil, Grafik Örnekleri

**Tablo 1:** Tablo / Grafik / Şekil Başlıklarının İlk Harfleri Büyük Olmalıdır  
(11 Punto, Times New Roman, Sayfa Ortasına Gelecek Şekilde)

		Xxxx	Yyyy	Zzzz	
Aaaaa	A1	47	30.3	47	30.3
	A2	60	37.8	60	38.7
	A3	48	31.0	48	31.0
Bbbbb	B1	150	96.8	150	96.8
	B2	5	3.2	5	3.2
Ccccc	C1	117	75.5	117	75.5
	C2	38	24.5	38	24.5
TOPLAM		155	100	155	100

\*Tablo / Çizelge içindeki veriler 11 ile 9 punto arasında verilerin yoğunluğuna göre değişebilir.

(Kaynak kullanılmış ise 11 punto, Times New Roman ve sayfa ortasına gelecek şekilde yazılmalıdır.

### Kaynak Göstermedeki Genel Kurallar

- Kaynak göstermede kesinlikle **dipnot kullanılmamalıdır**.
- Metin içerisindeki **dolaylı alıntılara** atıfta bulunurken sayfa numaraları belirtmek yazar(lar)ın inisiyatifine bırakılmıştır. **Doğrudan alıntılarda** ise sayfa numarası belirtmek ve alıntıyı tırnak içerisinde belirtmek gerekmektedir.
- Aynı yazar veya tüzel kişinin aynı yıl içerisindeki eserlerine atıfta bulunurken (**Örn; Şahin, 2001a, Şahin, 2001b**) şeklinde bir yol izlenir.
- Birden çok kaynağa atıfta bulunurken **sıralama yayım yılına göre** yapılmalıdır. Örnek; (Sancak, 1991: 22; Hancı, 1998: 145; Engin, 2015: 254)
- **Çok yazarlı yayınlarda ilk yazar soyadı** (Kaplın vd., 1999), **görülemeden bir yayın kaynak gösteriliyorsa** (Raglan, 1973, Ekici, 1988'den), **sözlü kaynak kullanılıyorsa** kaynak kişi bilgileri **Adı, Soyadı, Görüşme Tarihi ve Yeri** bilgilerini içermelidir.

- Yayın tarihi bulunamazsa en son telif hakkı (copyright) tarihi verilir. Tarih bilgisi hiç bir şekilde bulunamıyorsa “tarih yok” anlamına gelen “t.y.” kısaltması kullanılır.
- Web kaynaklarına atf yapılırken (**balikesir.edu.tr, 01.05.2014**) örneğinde olduğu gibi başında <http://www.kismiolmadanveerisimtarhi.gun.ay.yil.belirtilmelidir>.

### Kaynakçadaki Genel Kurallar

- Kaynaklar **alfabetik** sıraya göre sıralanmalı, aynı yazarın aynı yıl içerisindeki iki veya daha fazla kaynağı için **2000a, 2000b** gibi gösterimler de yine alfabetik sıra ile verilmelidir.
- Yazar sayısı altıdan fazlaysa, ilk altı yazarın adları kaynakçada verilir, altıncı yazardan sonra “ve diğerleri” ifadesi kullanılır.
- Kitapların künyeleri verilirken **1. Basım** ise belirtmeye gerek yoktur. İkinci ve sonraki basımlar için “**2. Bs.**” şeklinde kısaltma kullanılır.
- Yayına hazırlayan kişinin adından sonra hazırlayan(lar) yerine (**Haz.**), editör(ler) yerine ise (**Ed.**) kısaltması kullanılır.
- Dergi ve kitap adları kısaltılmadan **eğik (italik)** olarak yazılır.
- Bildiri kitapları kitap gibi, bildiri kitabından alınan bir bildiri de kitap bölümü gibi belirtilir.
- Tezlerde tezin adından sonra “**yüksek lisans tezi**”, “**doktora tezi**” ya da “**sanatta yeterlik tezi**” ifadeleri kullanılır. Derecenin verildiği üniversitenin adı ve yeri belirtilir.
- Yasa ve yönetmeliklerde künye girişi yasanın adından yapılır. Yasanın adından sonra araç içinde yasanın kabul tarihi (sadece yıl olarak), künye sonunda ise yasanın yayınlandığı derginin tarihi (gün, ay, yıl olarak) belirtilir.
- Elektronik kaynaklarda temel bilgilerin yanı sıra **erişim tarihi** ve **erişim adresi bilgileri** de verilir.
- E-kaynaklarda **son güncelleme tarihi** yayın tarihi olarak alınır.
- **Mektup, e-ileti, telefon görüşmesi** gibi kişisel görüşmelerin kaynakçaya eklenmesi gerekmez, görüşmelere metin içinde gönderme yapılır.

### KAYNAKÇA (11 Punto, Kalın, Times New Roman)

Kaynaklar APA (American Psychological Association) standartlarına uygun olarak verilmelidir. Kaynakça ve atıflar için bazı örnekler aşağıda verilmiştir.

## KİTAP

### Kitap - Tek Yazarlı

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). *Kitap Adı*. (Basım). Yayın yeri: Yayınevi.

**Örnek:** Kurbanoğlu, S. S. (2004). *Kaynak Gösterme El Kitabı*. (2. Bs.). Ankara: Üniversite ve Araştırma Kütüphanecileri Derneği.

**Atıf:** (Kurbanoğlu, 2004: 25)

### Kitap - Çok Yazarlı

**Kullanım:** Soyad, A., Soyad, B., Soyad, C., Soyad, D., Soyad, E., Soyad, F. ve diğerleri. (Yayın Yılı). *Kitap Adı*. (Basım). Yayın yeri: Yayınevi.

**Örnek 1:** Akman, Y., Ketenoğlu, O., Güney, K., Kurt, L. ve Tuğ, G. M. (2004). *Bitki Ekolojisi*. Ankara: Palme Yayıncılık.

**Atıf 1:** (Akman vd., 2004: 57)

**Örnek 2:** Yalçın, A. ve İplik, F. N. (2007). A Grubu Seyahat Acentalarında Çalışanların Örgütsel Bağlılıklarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Selcuk University Social Science Institute Journal*, 18, 483-500.

**Atıf 2:** (Yalçın ve İplik, 2007: 492)

### Kitap – Tüzelkişi Yazarlığı

**Kullanım:** Tüzelkişi. (Yayın Yılı). *Kitap Adı*. (Basım). Yayın yeri: Yayınevi.

**Örnek:** Türk Dil Kurumu. (2005). *Türkçe Sözlük* (10. bs.). Ankara: Türk Dil Kurumu.

**Atıf:** (Türk Dil Kurumu[TDK], 2005: 175) ikinci ve sonraki gösterimlerde sadece (TDK, 2005: ...) şeklinde gösterilir.

### Kitap- Yazarı Olmayan

**Kullanım:** *Kitap Adı*. (Yayın Yılı). Yayın yeri: Yayınevi.

**Örnek:** Redhouse *Çağdaş Türkçe-İngilizce Sözlüğü*. (1985). İstanbul: Redhouse.

**Atıf:** (Redhouse, 1985: 32)

### Kitap - Çeviri

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). *Kitap Adı* (A. Soyadı, Çev.). Yayın yeri: Yayınevi. (Kaynak yapının yayın yılı).

**Örnek:** Bloomberg, M. ve Evans, G. E. (1989). *Kütüphane Teknisyenleri İçin Teknik Hizmetlere Giriş* (N. Tuncerve, Çev.). Ankara: Türk Kütüphaneciler Derneği. (Orijinali 1985'te yayımlanmıştır).

**Atıf:** (Bloomberg ve Evans, 1985/1989: 182)

### Kitap İçinde Yayın (Bölüm ya da Makale)

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). Yayın adı. A. Editör (Haz./Ed.). *Kitap Adı* (Yayının sayfa numaraları). Yayın yeri: Yayınevi.

**Örnek:** O'Neil, J. M., ve Egan, J. (1992). Men's and Women's Gender Role Journeys: Metaphor for Healing, Transition, and transformation. B. R. Wa-inrib (Ed.), *Gender Issues across the Life Cycle* içinde (ss. 107-123). New York, NY: Springer.

**Atıf:** (O'Neil ve Egan, 1992)

### MAKALE

#### Bilimsel Dergi Makalesi –Tek Yazarlı

**Kullanım:** Yazar, A. (Yayın Yılı). Makale Adı. *Dergi Adı*, cilt (sayı), sayfa numaraları.

**Örnek:** Çakın, İ. (2004). Müteferrika Matbaasının Düşündürdükleri ve Avrupa'da Basımcılığın Etkileri. *Bilgi Dünyası*, 5 (2), 153-167.

**Atıf:** (Çakın, 2004: 155)

#### Bilimsel Dergi Makalesi – Çok Yazarlı

**Kullanım:** Soyad, A., Soyad, B., Soyad, C., Soyad, D., Soyad, E., Soyad, F. vd.. (Yayın Yılı). Makale Adı. *Dergi Adı*, cilt (sayı), sayfa numaraları.

**Örnek:** Erkan, S., Tuğrul, B., Üstün, E., Akman, B., Şendoğdu, M., Kargı, E. vd.. (2003). Okul Öncesi Öğretmenliği Öğrencilerine Ait Türkiye Profil Araştırması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23, 108-117.

**Atıf:** (Erkan vd., 2003: 112)

#### Magazin Makalesi – Yazarı Belli

**Kullanım:** Soyad, A. (Ay yyyy). Makale Adı. *Dergi Adı*, cilt, sayfa numaraları.

**Örnek:** Kenar, N. (Nisan 2006). Kayıt Dışı İstihdam. *Popüler Yönetim*, 9, 44-47.

**Atıf:** (Kenar, 2006: 44)

#### Magazin Makalesi – Yazarı Yok

**Kullanım:** Makale Adı. (Ay yyyy). *Dergi Adı*, cilt, sayfa numaraları.

**Örnek:** Yerel Bilginin Küreselleştirilmesi. (Nisan 2006). *Focus*, 12, 14-17.

**Atıf:** (Yerel bilginin küreselleştirilmesi, 2006: 14)

## Gazete Makalesi

**Kullanım:** Soyad, A. (gg Ay yyyy). Makale Adı. *Gazete Adı*, sayfa numaraları.

**Örnek:** Bayar, Y. (04 Nisan 2006). İnsanlık Aptallaşıyor mu? *Hürriyet*. s. 14.

**Atıf:** (Bayar, 2006: 14)

## BİLDİRİ

### Bildiri – Yayınlanmış

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). Bildiri Adı. A. Editör (Ed.). *Kitap Adı* (sayfa numaraları). Yayın Yeri: Yayınevi.

**Örnek:** Uçak, N. (2005). Sosyal Bilimlerde Bilginin Üretimi, Erişimi Ve Kullanımı. O. Horata (Haz.). *Sosyal Bilimlerde Süreli Yayınlar ve Bilgi Teknolojileri Sempozyumu: 2 Nisan 2005 – Ankara: Bildiriler* ( 92-103). Ankara: Yeni Avrasya.

**Atıf:** (Uçak, 2005: 96)

### Bildiri - Yayınlanmamış

**Kullanım:** Konuşmacı, A. (Ay yyyy). *Bildiri Adı*. Toplantı Adı, Toplantı Yeri' de sunulan bildiri.

**Örnek:** Tonta, Y. (Şubat 2006). *Bilgi Yönetiminde Son Gelişmeler: Amazoogle, İşbirliği ve Açık Erişim*. Akademik Bilişim '06, Gaziantep'te sunulan bildiri.

**Atıf:** (Tonta, 2006)

## DANIŞMA KAYNAKLARI, RAPOR VE TEZ

### Danışma Kaynakları - Sözlük

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). *Yapıt Adı*. (Basım). Yayın Yeri: Yayınevi.

**Örnek:** Altan, N. (2003). *Bilgisayar Terimleri Ansiklopedik Sözlüğü* (3. bs.). Ankara: Sistem Yayıncılık.

**Atıf:** (Altan, 2003)

### Danışma Kaynakları - Ansiklopedi Maddesi

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). Madde Adı. *Yapıt Adı* (cilt, sayfa). Yayın Yeri: Yayınevi.

**Örnek:** Ersoy, O. (1973). Kağıt ve Kağıtçılık. *Türk Ansiklopedisi* (c. 21, s. 112-115). Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.

**Atıf:** (Ersoy, 1973: 113),

## Rapor

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). *Rapor Adı* (Rapor No:). Yayın Yeri: Yayınlayan/Hazırlayan Kuruluş.

**Örnek:** Devlet Planlama Teşkilatı. (2004). *Devlet Yardımlarını Değerlendirme Özel İhtisas Komisyon Raporu* (Rapor No: DPT: 2681). Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.

**Atıf:** (Devlet Planlama Teşkilatı[DPT], 2004) ikinci ve sonraki gösterimlerde kısaltma kullanılır.

## Tez

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın Yılı). *Tez Adı*. Tezin Türü, Üniversite Adı, Yer.

**Örnek:** Zencir, M. B. (2007). *Güzel Sanatlar Alanındaki Kullanıcıların Bilgi Gereksinimleri ve Bilgi Kullanım Özellikleri: Hacettepe Üniversitesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

**Atıf:** (Zencir, 2007: 36)

## ELEKTRONİK KAYNAKLAR

### Elektronik Kaynak - Makale

**Kullanım:** Soyad, A. (Yayın yılı). Makale Başlığı. *Dergi Adı*, cilt(sayı), sayfa numaraları. gg Ay yyyy tarihinde <http://ağ> adresinden erişildi.

**Örnek:** Tenopir, C. ve King, D. W. (2001) The Use and Value of Scientific Journals. *Serials*, 14(2), 113-120. 27 Mart 2010 tarihinde <http://uksg.metapress.com/media/> adresinden erişildi.

**Atıf:** (Tenopri ve King, 2001: 116)

### Elektronik Kaynak - Rapor

**Kullanım:** Soyad, A. (Ay yyyy). *Rapor Adı* (Rapor no). gg Ay yyyy tarihinde <http://ağ> adresinden erişildi.

**Örnek:** Devlet Planlama Teşkilatı. (Temmuz 2004). *e-Dönüşüm Türkiye Projesi Kısa Dönem Eylem Planı: Değerlendirme Raporu* (Rapor No: 2). 02 Nisan 2006 tarihinde <http://212.175.33.22/kdep/rapor/KDEPHaziran2004.pdf> adresinden erişildi.

**Atıf:** (Devlet Planlama Teşkilatı[DPT], 2004) **ikinci ve sonraki gösterimlerde kısaltma kullanılır.**

### Elektronik Kaynak – Anonim Ağ Sayfası

**Kullanım:** *Kaynağın Adı*. (t.y.). gg Ay yyyy tarihinde <http://ağ> adresinden erişildi.

**Örnek:** *Bilim Etiği ve Bilimde Sahtekarlık*. (t.y.). 04 Nisan 2006 tarihinde <http://www.aek.yildiz.edu.tr/bilim.htm> adresinden erişildi.

**Atıf:** (Bilim etiği, t.y.)