



DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY
THE JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF
SOCIAL SCIENCES

Cilt / Volume : 21

Sayı / Issue : 4

ISSN : 1302-3284

E-ISSN: 1308-0911

Yıl/Year: 01 Ekim - 31 Aralık 2019 / 01 October - 31 December 2019



DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY
THE JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF
SOCIAL SCIENCES

Cilt / Volume : 21

Sayı / Issue : 4

ISSN : 1302 - 3284

E-ISSN: 1308-0911

Yıl/Year: 01 Ekim - 31 Aralık 2019 / 01 October - 31 December 2019

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Cilt: 21 Sayı: 4 Yıl: 2019

Yayın No : 09.8888.5300.000/BY.019.105.1024

ISSN: 1302-3284

E-ISSN: 1308-0911

Derginin Sahibi : Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü adına Prof. Dr. Erkan GÖKSU

Sorumlu Müdür : Prof. Dr. Erkan GÖKSU

Editörler : Prof. Dr. Erkan GÖKSU
Prof. Dr. Metin ARIKAN
Dr. Öğr. Üyesi Ayçıl YÜCER

Yönetim Yeri : T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca,İZMİR

Yayının Türü : Yılda En Az Dört Kez Yayınlanan Akademik Hakemli Dergidir.

Ulakbim (Dergi Park) Online Yayın Tarihi : 19.12.2019

Yönetim ve Yazışma Adresi : Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca/İZMİR
Tel: (232) 301 87 60
Faks: (232) 453 02 66
E-posta: sbedergi@deu.edu.tr
Erişim Sitesi: www.sbe.deu.edu.tr/dergi/dergi.htm

WEB Editörü : Öğr. Gör. Özlem ABACIOĞLU

Dergide yayınlanan makalelerin bilim, içerik ve dil bakımından sorumluluğu yazarlarına aittir.

Dergide yayınlanan makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

© Tüm Hakları Saklıdır.

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY PUBLICATIONS

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

Volume: 21 Issue: 4 Year: 2019

Edition Number: 09.8888.5300.000/BY.019.105.1024

ISSN: 1302-3284

E-ISSN: 1308-0911

Journal Owner : Prof. Dr. Erkan GÖKSU, The owner on behalf of Dokuz Eylül University
Graduate School of Social Sciences

Director : Prof. Dr. Erkan GÖKSU

Editors : Prof. Dr. Erkan GÖKSU
Prof. Dr. Metin ARIKAN
Asst. Prof. Dr. Ayçıl YÜCER

Place of Management : Dokuz Eylül University Graduate School of Social Sciences
Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca/İZMİR/TURKEY

Publication Type and

Period : Journal is a peer-reviewed and published at least four times a year.

Ulakbim Online Date of Issue : 19.12.2019

Management and Correspondence Address : Dokuz Eylül University, Graduate School of Social
Sciences, Tınaztepe Campus 35390 Buca/İZMİR/TURKEY

Tel: +90 (232) 301 87 60

Fax: +90 (232) 453 02 66

E-mail: sbederji@deu.edu.tr

WEB: www.sbe.deu.edu.tr/dergi/JOURNAL.htm

WEB Editor : Instructor Özlem ABACIOĞLU

The academic and content responsibility of the articles published in our journal exclusively belongs to the authors.

The articles published in our journal cannot be used without giving reference to the relevant article.

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Hakemli Dergi

Cilt: 21 Sayı: 4 Yıl: 2019

Dergi Yayın Komisyonu

Prof. Dr. Erkan GÖKSU - Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Metin ARIKAN - Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Rıza SAVAŞ - Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Nevzat KAYA - Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Ali DEVECİ - Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Atalay GÜNDÜZ - Dokuz Eylül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ayçıl YÜCER, Dokuz Eylül Üniversitesi
Öğr. Gör. Özlem ABACIOĞLU - Dokuz Eylül Üniversitesi

DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Abbas TÜRNÜKLÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet TAŞAĞIL	Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Aynur KOÇAK	Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Binnur GÜRLER	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Birsen KARACA	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Erhan DEMİRELİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Fatih TOKTAŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Güner GÜLSEVİN	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Hatice ŞİRİN	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. İlber ORTAYLI	Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. İlseyar ZAKİROVA	Galimcan İbrahimov Dil, Edebiyat ve Sanat Enstitüsü, Tataristan, Rusya
Prof. Dr. İpek DEVECİ KOCAKOÇ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Kamil İŞERİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Karl REICHL	Bonn Üniversitesi, Almanya
Prof. Dr. Mehmet AÇA	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa DAŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ÖNER	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa SEVER	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Nadim MACİT	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Nafize Sibel GÜZEL	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Nevzat ŞİMŞEK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Nikolay YEGOROV	Çuvaş Devlet Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çuvaşistan, Rusya
Prof. Dr. Nurettin ÖZTÜRK	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Olcobay KARATAYEV	Kırgızistan Manas Üniversitesi, Kırgızistan
Prof. Dr. Ömür N. T. ÖZMEN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Özkul ÇOBANOĞLU	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Şakir İBRAYEV	L.N. Gumilev Avrasya Milli Üniversitesi, Kazakistan
Prof. Dr. Tufan GÜNDÜZ	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Turgay UZUN	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf KILDİŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Z. Nilüfer KARACASULU	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Zeki ERDUT	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Zeki KAYMAZ	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Zerrin Toprak KARAMAN	Dokuz Eylül Üniversitesi

Dizgi: Öğr. Gör. Özlem ABACIOĞLU

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY
JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
Refereed Journal

Vol: 21 Issue: 4 Year: 2019

Publishing Commission of Journal

Prof. Dr. Erkan GÖKSU - Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Metin ARIKAN - Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Rıza SAVAŞ - Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Nevzat KAYA - Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Ali DEVECİ - Dokuz Eylül University
Assoc. Prof. Dr. Atalay GÜNDÜZ - Dokuz Eylül University
Asst. Prof. Dr. Ayçıl YÜCER, Dokuz Eylül University
Instructor Özlem ABACIOĞLU - Dokuz Eylül University

ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Abbas TÜRNÜKLÜ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Ahmet TAŞAĞIL	Yeditepe University
Prof. Dr. Aynur KOÇAK	Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Binnur GÜRLER	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Birsen KARACA	Ankara University
Prof. Dr. Erhan DEMİRELİ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Fatih TOKTAŞ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Gürer GÜLSEVİN	Ege University
Prof. Dr. Hatice ŞİRİN	Ege University
Prof. Dr. İlber ORTAYLI	Galatasaray University
Prof. Dr. İlseyar ZAKİROVA	Institute of Galimcan İbrahimov Language, Literature and Art, Tatarstan / Russian Federation
Prof. Dr. İpek DEVECİ KOCAKOÇ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Kamil İŞERİ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Karl REICHL	University of Bonn, Germany
Prof. Dr. Mehmet AÇA	Marmara University
Prof. Dr. Mustafa DAŞ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Mustafa ÖNER	Ege University
Prof. Dr. Mustafa SEVER	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr. Nadim MACİT	Ege University
Prof. Dr. Nafize Sibel GÜZEL	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Nevzat ŞİMŞEK	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Nikolay YEGOROV	Chuvash State Social Science Institute, Chuvashia / Russian Federation
Prof. Dr. Nurettin ÖZTÜRK	Pamukkale University
Prof. Dr. Olcobay KARATAYEV	Kyrgyz-Turkish University of Manas, Kyrgyz Republic
Prof. Dr. Ömür N. T. ÖZMEN	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Özkul ÇOBANOĞLU	Hacettepe University
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Şakir İBRAYEV	L.N. Gumilyov Eurasian National University, Republic of Kazakhstan
Prof. Dr. Tufan GÜNDÜZ	Hacettepe University
Prof. Dr. Turgay UZUN	Muğla Sıtkı Koçman University
Prof. Dr. Yusuf KILDİŞ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Z. Nilüfer KARACASULU	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Zeki ERDUT	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Zeki KAYMAZ	Ege University
Prof. Dr. Zerrin Toprak KARAMAN	Dokuz Eylül University

Typesetting: Instructor Özlem ABACIOĞLU

DERGİ HAKKINDA

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda en az dört defa yayınlanan hakemli bir dergidir. Dergi alanında disiplinlerarası ulusal ve uluslararası çalışmaları yayımlar. Derginin yayım dili Türkçe'dir. Ancak İngilizce yazılan makaleler de yayımlanır. Dergi, içeriği tüm kullanıcılara açık, serbestçe/ücretsiz "açık erişimli" bir dergidir. Kullanıcılar yayıncıdan ve yazar(lar)dan izin almaksızın, dergideki makaleleri tam metin olarak okuyabilir, indirebilir, dağıtabilir, makalelerin çıktısını alabilir ve kaynak göstererek makalelere bağlantı verebilir.

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi uluslararası bir dergi olup aşağıdaki veri tabanlarında yer almaktadır.



TÜBİTAK

ULAKBİM



EBSCO
PUBLISHING

Provider of EBSCOhost®



ULRICHSWEB™
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

DOAJ DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS

Academic Journals Database

disseminating
quality controlled scientific knowledge

arastirmax
Bilimsel Yayın İndeksi

SÖBIAD

ABOUT JOURNAL

Dokuz Eylül University Journal of Graduate School of Social Sciences is a peer-reviewed and international journal published at least four times a year. The journal publishes multidisciplinary national and international articles. The language of the journal is Turkish, but, articles in English may also be published. This is an open access journal which means that all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full text of the articles in this journal without asking prior permission from the Publisher or the author.

Dokuz Eylül University Journal of Graduate School of Social Sciences is an international journal and indexed by these databases;



TÜBİTAK

ULAKBİM



EBSCO
PUBLISHING

Provider of EBSCOhost®



ULRICHSWEB™
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

DOAJ DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS

Academic Journals Database

disseminating
quality controlled scientific knowledge

arastirmax
Bilimsel Yayın İndeksi

SOBIAD

2019 YILI HAKEMLERİMİZ

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2019 yılı sayıları (Cilt 21, Sayı 1, 2, 3, 4) TR Dizin'de yer almakta olup EBSCO, DOAJ, ULRICHSWEB, SOBIAD gibi ulusal ve uluslararası veri tabanlarının yanı sıra birçok üniversite kütüphanesi ve farklı akademik bilimsel veri tabanları tarafından taranmaktadır.

Dergimize emeği geçen tüm hakemlerimize teşekkür ederiz.

Editörler

Prof. Dr. Erkan GÖKSU
Prof. Dr. Metin ARIKAN
Dr. Öğr. Üyesi Ayçıl YÜCER

Dergimizin 2019 Yılı 21. Cildine Katkıda Bulunan Hakemlerimiz

Prof. Dr. Ahmet AKSIN Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Burçin YERELİ Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet TALİMCİLER İzmir Bakırçay Üniversitesi
Prof. Dr. Atilla AKBABA İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Ayfer Aytuğ Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Ayşe Sezen SERPEN Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Burcu GÜLER İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Cafer ŞEN Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Canan MADRAN Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Cem Sefa SÜTÇÜ Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Çağrı ERHAN Altınbaş Üniversitesi
Prof. Dr. Derya Güler AYDIN Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Dilek DİRENÇ Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Emre İŞERİ Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Ersin KAVİ Yalova Üniversitesi
Prof. Dr. Ethem DUYGULU Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Fatma Füsün İSTANBULLU DİNÇER İstanbul Ü.
Prof. Dr. Fatma TAŞDEMİR Ankara Hacı Bayram Veli Ü.
Prof. Dr. Fazıl GÖKÇEK Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Ferudun ATA Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Gonca ŞENOL Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Göktaş Cenk AKKAYA Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan KAHYAOĞLU Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Hakkı UYAR Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Hamit Emrah BERİŞ Ankara Hacı Bayram Veli Ü.
Prof. Dr. Harun DEMİRKAYA Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Hüseyin GÜL Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim DİLEK Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Levent KÖSEKAHYAOĞLU Süleyman Demirel Ü.
Prof. Dr. Mehmet AÇA Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet ANIK Bingöl Üniversitesi
Prof. Dr. Mesut ERŞAN Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Metin ARIKAN Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Murat ATAN Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Murat ÇETİN Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Nazif MANDACI Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Necla GÜNAY Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Neslihan DERİN İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY Sakarya Uygulamalı Bilimler Ü.
Prof. Dr. Orhan YAZICI İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Osman KARKACIER Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Oya SEYMEN Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer Faruk İŞCAN Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer TURUNÇ Antalya Bilim Üniversitesi
Prof. Dr. Ömür CEYLAN İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Özkan TUTUNCU Dokuz Eylül Üniversitesi

Prof. Dr. Rabia Vildan İYİĞÜNGÖR Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Ruziye COP Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof. Dr. Rüşti YAYAR Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Prof. Dr. Saime ÖNCE Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar AYBEK Manisa Celâl Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Siret HÜRSOY Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Suat KARAKÜÇÜK Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Süleyman Serdar KARACA Tokat Gaziosmanpaşa Ü.
Prof. Dr. Tufan GÜNDÜZ Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Ülkü ELİUZ Karadeniz Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Verda CANBEY ÖZGÜLER Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Volkan ALPTEKİN İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Yaşar ÖZÜÇETİN Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi
Doç. Dr. Ali BAYRAKDAROĞLU Muğla Sıtkı Koçman Ü.
Doç. Dr. Ali Rıza Firuzan Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Atalay GÜNDÜZ Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Ayşe ÇELİK YETİM Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Banu DEMİREL Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Bülent Sarper AĞIR Aydın Adnan Menderes Ü.
Doç. Dr. Cenk Arsun YÜKSEL İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Derya ELMALI ŞEN Karadeniz Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Ekrem AYAN Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Engin HEPAKSAN İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Doç. Dr. Fuat USTAKARA Gaziantep Üniversitesi
Doç. Dr. Gökay DURMUŞ Kafkas Üniversitesi
Doç. Dr. Günay ÇETİNKAYA Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. İlkay DİLBER Manisa Celâl Bayar Üniversitesi
Doç. Dr. Leyla LEBLEBİCİ KOÇER Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Mediha Burcu SILAYDIN Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Melih ÖZÇALIK Manisa Celâl Bayar Üniversitesi
Doç. Dr. Melih TINAL Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Meltem KARAATLI Süleyman Demirel Üniversitesi
Doç. Dr. Munise Tuğba AKTAŞ Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuz BAŞOL Kırklareli Üniversitesi
Doç. Dr. Oktay ÖZGÜL Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr. Ozan BÜYÜKYILMAZ Karabük Üniversitesi
Doç. Dr. Özgür YILDIZ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Özlem KÖROĞLU Balıkesir Üniversitesi
Doç. Dr. Seda İLMEK Trakya Üniversitesi
Doç. Dr. Selin TÜRKEL İzmir Ekonomi Üniversitesi
Doç. Dr. Sercan EROL Karadeniz Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Seyfullah YILDIRIM Ankara Yıldırım Beyazıt Ü.
Doç. Dr. Şerife YALÇINKAYA Ege Üniversitesi
Doç. Dr. Tolga KARA Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Tuğba ELMACI Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Doç. Dr. Tuğça POYRAZ TACOĞLU Hacettepe Üniversitesi

Doç. Dr. Türkmén TÖRELİ Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Yavuz GÜNAŞDI Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr. Yeşim BAŞARIR Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Yeşim HELHEL Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Yunus Emre TAŞGİT Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Zübeyir BÜTÜNER Yozgat Bozok Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Abdul HADI Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Abdullah BAKIR Süleyman Demirel Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet KAMACI Bartın Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali BİLGENOĞLU Aydın Adnan Menderes Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Ali ÖZCAN Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Alper ATEŞ Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Altuğ GÜNAL Ege Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ashhan ÖRS GEVREKÇİ Başkent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ayçıl YÜCER Dokuz Eylül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ayhan DEMİRCİ Toros Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aylin ATILLA Ege Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aysun KAPUCUGİL İKİZ Dokuz Eylül Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Burak ÖZDOĞAN Manisa Celal Bayar Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Cafer GARİPER Süleyman Demirel Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ceren HİDİROĞLU ONGUN Dokuz Eylül Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Ebru YILMAZ Çukurova Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ece SAATÇIOĞLU Muğla Sıtkı Koçman Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Elif BOYRAZ Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Esra ÇÖKER Dokuz Eylül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatma INCE Mersin Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fikret SÖZBİLİR Artvin Çoruh Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gaye YAVUZCAN Uşak Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gazanfer KAYA Dokuz Eylül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gizem AKCAN Bartın Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hamidreza SOHRABIABAD Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hatice KENEŞ Munzur Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin Şevket Çağatay ÇAPRAZ Kırklareli Ü.

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim GÖRÜCÜ İnönü Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İlknur GÜRSES Ege Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Kadri Kaan RENDA Hacettepe Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Leyla Burcu DÜNDAR Başkent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Fatih DEMİRAL Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet UMUR Erciyes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mert TOPOYAN Dokuz Eylül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Muhsin Murat YAŞLIOĞLU İstanbul Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat AYTAŞ Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Müge IŞIKLAR KOÇAK Dokuz Eylül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mürsel BAYRAM Ankara Sosyal Bilimler Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Nadir BUÇAN Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nesrin DUMAN Bartın Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nurcan DENİZ Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nuri YEŞİLYURT Ankara Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Olcay UÇAK İstanbul Aydın Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faik ANLI Ankara Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Özlem KALAN İstanbul Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Pelin ŞULHA Dokuz Eylül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Rüstem Barış YEŞİLAY Ege Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sefer KALAMAN Ankara Yıldırım Beyazıt Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Serkan KEKEVİ Düzce Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sevrâ FIRINCIOĞULLARI Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sinem Güler KANGALLI UYAR Pamukkale Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Şebnem KOLTAN YILMAZ İnönü Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tuğba YILDIZ Bilgi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Veli BOZTEPE İstanbul Okan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yılmaz ÖZKAYA Ege Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yunus Emre TEKİNSOY Tokat Gaziosmanpaşa Ü.
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep AKSOY İzmir Ekonomi Üniversitesi
Dr. Öğr. Gör. Deniz ÜNAL ADIGÜZEL Pamukkale Üniversitesi

İÇİNDEKİLER/CONTENT

	SAYFA/PAGE
EKONOMETRİ	
<i>Araştırma Makalesi/Research Article</i> Türkiye’de Mutluluk Düzeyini Etkileyen Faktörler: Mekânsal Ekonometri Analizi <i>The Factors That Affect Ratio of Happiness in Turkey: Analysis of Spatial Econometrics</i> Hakan ÖNDES	1039
FİNANS	
<i>Araştırma Makalesi/Research Article</i> Türkiye’de Döviz Kuru, Enflasyon ve Faiz Oranlarının Etkileşimi <i>The Relationship Between Exchange Rate, Inflation and Interest Rate in Turkey</i> Sedat YENİCE, Ersin YENİSU	1065
GAZETECİLİK VE MEDYA ÇALIŞMALARI	
<i>Araştırma Makalesi/Research Article</i> Dijital Medyada Haber: Gazetecilikte Arama Motoru Optimizasyonu Uygulaması Üzerine Bir Araştırma <i>News On Digital Media: A Research On Application of Search Engine Optimization in Journalism</i> Serkan BULUT	1087
NİCEL KARAR YÖNTEMLERİ	
<i>Araştırma Makalesi/Research Article</i> Türkiye’de Faaliyet Gösteren İki Havayolu Şirketinin Veri Zarflama Analizi ile Etkinlik Ölçümü <i>Efficiency Measurement of Two Airline Companies Operating in Turkey Via Data Envelopment Analysis</i> Serkan DERİCİ, Koray UYGUR	1107
ORGANİZASYON	
<i>Araştırma Makalesi/Research Article</i> İş Tatmini Psikolojik Sahiplenme İlişkisinde Lider Üye Etkileşiminin Düzenleyicilik Etkisi <i>The Moderating Effect of Leadership Member Exchange On the Relationship Between Job Satisfaction and Psychological Ownership</i> Metin IŞIK, Zeki UÇAR	1119
PAZARLAMA	
<i>Araştırma Makalesi/Research Article</i> Çevre Dostu Ürün Satın Alma Niyetinde Algılanan Kalite, Algılanan Risk ve Güvenin Rolü <i>The Role of Perceived Quality, Perceived Risk, And Trust On Purchase Intention of Eco-Friendly Products</i> Zehra BOZBAY, Melike GÜLEÇ, Nargız ZULFUGAROVA	1147
REKLAMCILIK	
<i>Araştırma Makalesi/Research Article</i> Sosyal Medyada Paylaşılan Reklamların Kültür Endüstrisi ve Cinsiyetçilik Kavramları Bağlamında İncelenmesi <i>Investigation of The Advertisements Shared in Social Media in the Context of Cultural Industry and Sexism Concepts</i> Cihangir EKER	1173

SOSYOLOJİ

Araştırma Makalesi/Research Article

Kimlik, Milliyetçilik ve Yurttaşlık Ekseninde Sınırlar: Muratlı Örneği
Borders in The Axis of Identity, Nationalism and Citizenship: The Case of Muratlı
Kerem ÖZBEY

1197

TURİZM

Araştırma Makalesi/Research Article

Sırtçantahıların Kaçış Deneyimi: Akış Kuramı Yaklaşımı
Backpackers' Escape Experience: Flow Theory Approach
Ceren İŞÇİ, Berrin GÜZEL

1225

Araştırma Makalesi/Research Article

Açık Alan Rekreasyonu Olarak Yamaç Paraşütü Etkinliğine Katılanların Motivasyonları
ve Etkinlik Memnuniyetlerinin Belirlenmesi: Arsuzfest Örneği
Determination of Motives and Event Satisfaction of the Participants of a Paragliding
Event as an Outdoor Recreation Event: Case of Arsuzfest
Çağrı SAÇLI, Ceyhan Özdemir KAHRAMAN

1249

Araştırma Makalesi/Research Article

Su Altı Dalış Motivasyonu: Demografik ve Deneyimsel Özellikler Bakımından
Değerlendirilmesi
Underwater Diving Motivation: Evaluation in Terms of Demographic and Experimental
Features

Osman ÇULHA, Eren GÖNÜL

1271

Araştırma Makalesi/Research Article

Gastromilliyetçilik ve Gastrodiplomasi Kavramları Üzerine Bir Değerlendirme
An Evaluation On Concepts of Gastronationalism and Gastrodiplomacy
Turgay BUCAK, Serkan YİĞİT

1305

ULUSLARARASI İLİŞKİLER

Araştırma Makalesi/Research Article

Kuzey Afrika'da Bir Bağımsızlık Mücadelesi Analizi: Polisario Cephesi ve Sahra Arap
Demokratik Cumhuriyeti (SADC)
Analysis of an Independence Struggle in North Africa: Polisario Front and Sahrawi
Arab Democratic Republic (SADR)

Cantürk CANER, Betül ŞENGÜL

1321

Araştırma Makalesi/Research Article

Turkey's Changing Security Environment and Transformation of Turkish Foreign
Policy

*Türkiye'nin Değişen Güvenlik Çevresi ve Türk Dış Politikasının Dönüşümü***Müge AKNUR, Tuğcan DURMUŞLAR**

1355

ÜRETİM VE OPERASYON YÖNETİMİ

Araştırma Makalesi/Research Article

Developing an Inpatient Perceived Healthcare Service Quality Scale (Ip-Hsqqs)
Yatan Hastaların Sağlık Hizmet Kalitesine İlişkin Algısını Ölçmek İçin Bir Ölçek
Geliştirme Çalışması

Nurcan DENİZ, Köksal BÜYÜK

1377

YAKIN ÇAĞ TARİHİ

Araştırma Makalesi/Research Article

Osmanlı Devleti Son Döneminde Adana Hapishanesi
Adana Prison in The Final Period Ottoman State

İbrahim YILMAZ

1411

Yayın Geliş Tarihi: 13.08.2018
Yayına Kabul Tarihi: 02.04.2019
Online Yayın Tarihi: 19.12.2019
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.453325>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1039-1064
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

TÜRKİYE’DE MUTLULUK DÜZEYİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: MEKÂNSAL EKONOMETRİ ANALİZİ¹

*Hakan ÖNDES**

Öz

Geleneksel kalkınma politikası maddi boyut olarak kişilerin ya da hane halkının gelirini arttırmayı hedeflemektedir. Bu politika günümüzde yerini maddi olanakların yanı sıra bireylerin özgürlük, yetenek ve isteklerine bırakmıştır. Toplumun bir refah göstergesi olan mutluluk düzeyi de kalkınma politikasının önemli bir olgusudur. Mutluluk konusunda gelir gibi kişiyi tatmin edici unsurlar üzerinde çalışmalar yapılmış ve kişinin mutluluk anlayışının ortalama gelire göre değişebileceğini ortaya koyulmuştur. Ancak günümüzde bu hipotez geçerliliğini yitirmiştir. Çünkü mutluluğun ölçüsü olan fayda geliri düşük olan bireyler için daha fazla etkiye sahip olabilecek potansiyele sahiptir. Bu çalışma, Türkiye’de 2015 yılına ait 81 ili için yaşam memnuniyeti endeksinden yararlanarak mutluluk düzeyini etkileyen faktörleri mekânsal ekonometri yaklaşımı ile belirlemeyi amaçlamıştır. Bu çerçevede mutluluk düzeyini etkileyen; nüfus, konut, çalışma hayatı, gelir-servet, güvenlik, eğitim, sağlık ve sosyal yaşamdan oluşan faktörler analize dâhil edilmiştir. Çalışmada öncelikle mekânsal ağırlık matrisi oluşturulmuş daha sonra tanısal testler ile mekânsal bağımlılık testleri uygulanmıştır. Mekânsal bağımlılık testlerinin sonucuna göre, uygun mekânsal modelin Mekânsal Hata Modeli olduğuna karar verilmiştir. Yapılan analizler neticesinde gelir-servet, sosyal yaşam, sağlık ve çalışma hayatına ilişkin memnuniyet oranlarının mutluluk oranını arttırdığı, nüfus oranı, konut, güvenlik ile eğitime ilişkin memnuniyet oranlarının mutluluk oranını azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye’de mutluluk oranının mekânsal komşuluktan etkilendiği kanıtlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Mutluluk Oranı, Bölgesel Kalkınma, Mekânsal Komşuluk İlişkileri, Mekânsal Ekonometrik Analiz.*

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Öndes, H. (2019). Türkiye’de mutluluk düzeyini etkileyen faktörler: Mekânsal ekonometri analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1039-1064.

¹ Bu çalışma, 1.Uluslararası Politik, Ekonomik ve Finansal Analiz Kongresi(PEFA 2018)’de sözlü tebliğ olarak sunulmuştur.

* Arş. Gör., Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, ORCID: 0000-0002-0618-7705, hondes@bandirma.edu.tr

THE FACTORS THAT AFFECT RATIO OF HAPPINESS IN TURKEY: ANALYSIS OF SPATIAL ECONOMETRICS²

Abstract

Traditional development policy aims to increase the income of people or households as a material dimension. This policy has now been replaced by the freedom, abilities and desires of individuals who do not have a relationship with financial means. The level of happiness, which is a sign of prosperity of society, is also an important phenomenon of development policy. In terms of happiness, studies have been carried out on satisfying factors such as income, and it has been revealed that the perception of happiness can vary according to the average income. Nowadays, this hypothesis has lost its validity. Because the benefit of happiness is the potential to have more influence on low-income individuals. This study aimed to identify the spatial econometric approach to benefit from life satisfaction rate index for factors that affect the ratio of happiness for the 81 provinces of Turkey in 2015. In this frame, the happiness rate is affected factors such as housing, working life, income, security, education, health, and social life are included in the analysis. In the study, the spatial weight matrix was first created, then the diagnostic tests and spatial dependence tests were examined. Lastly, Spatial Error Model is included. As a result of the analyses made, the satisfaction rates of income-wealth, social life, health and working life increased the happiness rate, satisfaction rate of housing, security education and population ratio decreased the happiness ratio. In Turkey, the happiness ratio has proven to be affected by spatial neighborhood.

Keywords: Happiness Ratio, Regional Development, Spatial Neighborhood Relations, Spatial Econometric Analysis.

GİRİŞ

Mutluluk kavramının genel iktisadi yapısı kalkınma politikası kapsamında incelenmektedir. Kalkınma politikalarında geleneksel yaklaşımın benimsediği temel prensip kişilerin ya da hane halklarının gelirinin artırılması şeklindedir. Bu görüş, gelir düzeyinde meydana gelecek artışın tüketimi arttıracığı, böylece bireyin hayat kalitesini yükselteceği yönündedir. Çağdaş yaklaşımda ise kalkınmanın hedefi geliri arttırmanın yanı sıra refah olgusunun sağlanmasıdır. Bu yaklaşıma göre gelirin refahı yeterince ön plana çıkaramadığı kabul edilmektedir. Sen (1987)'in ortaya koyduğu görüşe göre, refah eksikliği ve düşük gelir seviyesi sosyo-ekonomik anlamda kişilerin kendilerine güven konusunda yetersiz hissettikleri durumda artacağını savunmaktadır. Aynı zamanda refahın sağlanmasını, ortalama gelir düzeyinde yaşanan bir artış olarak değil halkı toplumsal anlamda kalkınmanın sağlanacağı çalışmalarla desteklenmesi gereken bir süreç olarak görür. Bu sebeple refah (wellfare) genel anlamda iyi durumda olmaktır. Öte yandan Sen (2004) kalkınma olgusunu insanların özgürlüklerini genişletme süreci olarak tanımlamıştır. Bu anlamda özgürlükler ile kapasite

² This paper was presented as an oral presentation at the 1st International Congress on Political, Economic and Financial Analysis (PEFA 2018).

arasındaki ilişkiye dikkat çekmiştir. Sen’e göre iktisadi olanaklar, siyasal imkânlar, koruyucu güvenlik, toplumsal fırsatlar ve şeffaflık güvenceleri kapasite gelişimine yardımcı olmaktadır. Kalkınmanın temelinde insanların sahip oldukları özgürlükleri arttırması ve yaşamı biçimlendirme olanağı bulunmaktadır. Kapasite kavramıyla Sen, temel haklar ile mevcut hakları kullanabilme gücüne sahip olma arasındaki farkı ortaya koyarak, insanlar arasında kapasiteden meydana gelen eşitsizliği belirtmektedir.

Ekonomik anlamda yüksek standartlara sahip zengin bir yaşam ile orta standartlara sahip daha insanca bir yaşam seçimine dair felsefede bir tartışma mevcuttur. Bu tartışma değişen çevresel ve sosyal olaylara göre farklı dönemlerde farklı şekillerde gerçekleşmektedir. Bu anlamda mutluluk insan refahının en önemli parçalarındandır ancak yüzyıllar boyunca yalnızca felsefenin çalışma konularından biri olmuştur. Mutluluğun araştırılması milattan öncelere dayanmaktadır. Felsefi açıdan bakıldığında; mutluluğun iyi yaşam ve kötü yaşam ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Mutluluk felsefesi pek çok farklı göstergelerden hareketle araştırılmıştır. Geçmişe oldukça eskilere uzanan mutluluk, halen canlılığını muhafaza etmekte ve bu alanda oldukça fazla sayıda çalışma yapılmaktadır.

Bu anlamda çalışmanın amacı Türkiye’de il bazında mutluluğu etkileyen faktörleri tespit etmek amacıyla, mutluluk düzeyinin mekânsal komşuluk ilişkisinden etkilenip etkilenmediği hipotezini test etmektir. Çalışmada mutluluk oranı dikkate alınmış, kurulan modeller ile coğrafik etkinin mutluluk düzeyi üzerine etkisi araştırılmıştır. Özellikle bölgesel kalkınma anlamında mutluluk düzeyini etkileyen faktörlerin iller arasındaki komşuluk ilişkisi ile nasıl önemli boyutlara ulaşabileceğinin açıklanması ile bu çalışma Türkiye’de kalkınma politikalarının belirlenme noktasında önemli bir yere sahiptir.

Bu çalışmanın yazına katkısı, mutluluk düzeyinin belirleyicilerinin tespitine dair komşuluk ilişkisi açısından Mekânsal Bağımlılık Analizi uygulanması yönünde olmuştur. Bu sayede, bölgesel kalkınma açısından anlamlı çıkan değişkenlere (çalışma hayatı memnuniyet oranı, sağlık hizmetleri memnuniyet oranı, gelir-servet memnuniyet oranı gibi) dikkat çekilmesi ve çalışmanın politika yapıcılara fikir vermesi hedeflenmiştir. Türkiye’de bu konu üzerine Akgiş (2015)’in çalışması mevcut ise de bu çalışma mekânsal etkiyi ekonometrik model çerçevesinde incelememiştir. Bu anlamda henüz mekânsal ekonometrik metodoloji kullanılarak yapılmış bir ampirik çalışmanın var olmaması ve hangi faktörlerin belirleyici olduğunun tespiti bilimsel bir kesinlikle ilk kez bu çalışma ile oluşturulmuştur.

Çalışmada giriş bölümünden sonra, kavramsal çerçeve ele alınmıştır. Daha sonra dünyadaki ve Türkiye’deki mutluluk düzeyini etkileyen çalışmalar araştırılmıştır. Bir sonraki aşamada analize konu alan veri kapsamından bahsedilmiş ve yöntem hakkında bilgi verilmiştir. Son aşamada ise elde edilen bulgular çerçevesinde sonuç kısmı tartışılmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

En sade hali ile mutluluk yaşanılan bir duygu ya da his coşkusu olarak tanımlanmaktadır. Temel bir şekilde bireyin mutluluk düzeyi; çoğu kez yaşamının toplam zamanını ne ölçüde olumlu yaşadığı olarak açıklanabilir.

Tarih boyunca, insanoğlu mutluluğu anlamaya ve tanımlamaya çalışmıştır. Bu konuyla ilgili filozoflar, mutluluğu insan davranışlarını için en yüksek motivasyon olarak görmüşlerdir (Diener, 1984: 542). Mutluluk kavramı üzerinde tartışmaların başlamasından beri herhangi bir uzlaşımın tam olarak sağlanmadığı konu haline gelmiştir. Bu nedenle mutluluk kavramı tekdüze bir tanım ile açıklanamamıştır. Rojas (2007)'in yaptığı araştırmada farklı yaklaşımlara ilişkin mutluluk tanımları verilmiştir.

Tablo 1: Kavramsal Çerçeveye İlişkin Oluşturulan Referans Noktaları

Yaklaşım	Tanım
Stoacı Yaklaşım	Mutluluk, her şeyi olduğu gibi kabul etmektir.
Erdem Yaklaşımı	Mutluluk, başkaları ve kendin için doğru şekilde davranmaktır.
Eğlence Yaklaşımı	Mutluluk, kişinin erişebildiği şeylerden keyif almasıdır.
Anı Yaşama Yaklaşımı	Mutluluk, kişinin yaşadığı her andan keyif almasıdır.
Memnuniyet Yaklaşımı	Mutluluk, kişinin kendinden ve sahip olduğu şeylerden memnuniyet duymasıdır.
Ütopycı Yaklaşım	Mutluluk, erişilmez bir olgudur ve biz ona sadece yaklaşmaya çalışırız.
Huzur Yaklaşımı	Mutluluk, ulaşamayacağımız şeylerden vazgeçip, sakin ve huzurlu bir hayat sürmektedir.
Gerçekleştirme Yaklaşımı	Mutluluk, yeteneklerimizi tümüyle kullanabilmektir.
Dini Yaklaşımı	Mutluluk, Tanrı'yla derinleşen mükemmel bir ilişkinin sonucudur.

Kaynak: Rojas, M. (2007). Heterogeneity in the relationship between income and happiness: A conceptual-referent-theory explanation. *Journal of Economic Psychology*, 28(2), s. 6.

Tabloda verilen tanımlara ilişkin yaklaşımların bazıları dışsal faktörlere bazıları ise içsel faktörlere bağlıdır. Bu faktörler çeşitli ekonomik, sosyal ve demografik değişkenlerden farklı şekillerde etkilenebilmektedir.

İktisat biliminin ilgi alanlarından biri olan mutluluk demografik, çevre, sosyal-yaşam ve içinde yaşanılan ülkenin sosyo-ekonomik durumu gibi değişkenlerin bileşimi neticesinde meydana geldiğini savunanlara göre, mutluluk ile yaşam memnuniyeti arasında büyük bir yakınlık söz konusudur. Bu alanda çalışmaları ile bilinen Ruut Veenhoven; yaptığı incelemeler ile mutluluğu, yaşamaktan alınan haz şeklinde tanımlamıştır. Çünkü yaşam memnuniyeti yaşanılan hayattan elde edilen mutluluğun ne ölçüde gerçekleştiğini de tanımlamaktadır (Veenhoven, 1996: 17).

İnsanoğlunun yaşamındaki en temel amaç mutluluktur (Gilman v.d. 2000: 135). Mutluluk, bireyin hayatını şahsi görüşüne göre, güvenli ve rahat bir şekilde yaşaması düzeyidir. Mutluluk düzeyini etkileyen çok sayıda değişken mevcuttur. Bu değişkenler kişiden kişiye değişiklik oluşturabileceği gibi, bölgesel anlamda da ya da başka ilkelere sahip toplumlarda da değişkenlik oluşturabilecektir.

Türkiye’de mutluluk ve yaşam memnuniyeti alanlarında araştırmalarını sürdüren TÜİK, mutluluk kavramının; demografik, ekonomik, çevre, sosyal-yaşam ve mevcut ülkenin durumu gibi bileşenler sonucunda oluştuğunu ifade etmektedir³.

LİTERATÜR TARAMASI

Bu kısımda mutluluk düzeyini etkileyen faktörler ya da faktörlerin mutluluk düzeyi üzerinde buldukları etkinin yönünü inceleyen çalışmalar incelenmiştir.

Dünya’da mutluluk üzerine yapılan çalışmalar 1972 yılında dönemin Bhutan Kralı tarafından Gayri Safi Milli Mutluluk adında yeni bir kavram ortaya koymasıyla başlamıştır. Bu kavram, mutluluk düzeyini etkileyen değişkenlerin adaletli bir gelir dengesi ve yönetim şekli olduğu yönündedir. Gayri Safi Milli Mutluluk kavramı; temelinde dört önemli kriteri barındırmaktadır. Bu kriterler; milli kültür bilinci ve geliştirilmesi, çevre bilinci, adil yönetim ve ekonomik büyümeden oluşmaktadır. Bu açıdan Gayri Safi Milli Mutluluk değeri, bir ülkede üretilen kültürün, alışlagelmiş âdetlerin ve fikirlerin toplamını ifade etmektedir (Şeker, 2009: 120). Mevcut çalışma bu çalışma açısından mutluluk düzeyini etkileyen daha çok sayıda değişkeni dikkate almıştır.

1974 yılında Richard A. Easterlin, mutluluk ekonomisi alanında Easterlin Paradoksu ile ekonomik kalkınmanın mutluluk seviyesi üzerinde doğrudan bir ilişkisi olmadığı görüşünü literatüre kazandırmıştır. Easterlin’in bu aşamadaki tavsiyesi, gayri safi mutluluk hâsılasına, gayri safi yurtiçi hâsıladan daha fazla önem verilmesidir (Easterlin, 1974: 96).

Ruut Veenhoven’in (2007) Mutluluk Araştırmaları Dergisi’nde yer alan 2006 yılı ve 90 ülke için yaklaşık 100 bin denekle gerçekleştirdiği çalışmasında, çarpıcı bir sonuç olarak mutluluk adına kişi başına düşen gelirin önemli bir unsur olmadığı tespit edilmiştir. Bu duruma örnek olarak çalışmada Guatemala ve Uruguay mutluluk sıralamasında ABD’nin üzerinde yer alırken, yine zengin ülkelerden İngiltere ve Almanya ise mutlu ülkeler sıralamasında son sıralarda yer almıştır. Bu çalışma, mevcut analiz ile karşılaştırıldığında Türkiye’de gelirin tek başına olmamak kaydıyla mutluluk düzeyini etkileyen önemli bir unsur olduğu tespit edilmiştir.

³ Kaynak: TÜİK Yaşam Memnuniyeti Araştırmaları.

Brereton v.d. (2008) Coğrafi Bilgi Sistemleri'ni (CBS) kullanarak, 2006 yılında İrlanda'da sosyo- ekonomik ve sosyo-demografik değişkenlerin mutluluk düzeyini etkilemede mekânsal etkinin önemini ortaya koymuşlardır. İklim, çevresel ve kentsel koşulların mutluluk düzeyinde önemli yere sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. En önemlisi, mutluluğun açıklayıcı gücü, mekânsal boyutla birlikte refahın belirlenmesinde önemli bir unsur olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışma mevcut çalışmaya bu yönüyle benzetilmektedir.

Stevenson ve Wolfers'a göre (2008) göreceli mutluluk farklılığını belirlemedeki en önemli unsurun gelir olmasıdır. Meydana gelen gelir artışı yoksul ya da yaşamını geçirmede zorlanan bireylere katkı sağlıyor ise, mutluluğun oluşturduğu etki daha büyük olmaktadır. Buna bağlı olarak yüksek gelir düzeyindeki bireylerin mutlulukları kazançlarında oluşacak artış ile doğru orantılı olmayabilir. Gıda, barınma, emniyet gibi esas gereksinimler bireyin mutlu olması adına elzemdir. Fakat yaşamsal ihtiyaçlar karşılandıktan sonra gelir ve mutluluk arasındaki bağlantı azalmaktadır.

Stanca (2010), ekonomik koşullar ile mutluluk düzeyi arasındaki ilişkinin ülkeler arası dağılımını araştırmıştır. 2000 yılı için dünya genelinde 94 ülkeden büyük bir örneklem kullanılarak, kişi başına GSYİH'in düşük olan ülkelerde gelirin mutluluk düzeyi üzerindeki etkisinin pozitif olduğu, kişi başına GSYİH'in büyük olan ülkelerde işsizliğin mutluluk düzeyi etkisinin negatif olduğu sonucuna varılmıştır. Genel olarak, sonuçlar ekonomik koşullar ile mutluluk arasındaki ilişkiyi anlamak için coğrafya, kültür ve kurumların açıkça dikkate alınması gerektiğini göstermiştir.

Lin v.d. (2014) çalışmalarında gelişmiş ve gelişmekte olan toplamda 116 ülke için 2006 yılı verilerini kullanarak mutluluğun mekânsal etkisini analiz etmişlerdir. Sonuçlar, yolsuzluğun düşük, sağlık hizmetlerinin iyi ve milli gelirin yüksek olduğu gelişmiş ülkeler için mutluluğun mekânsal etkileşimin olduğunu göstermiştir. İşsizliğin düşüklüğü ise gelişmekte olan ülkelerde mutluluğu etkileyen en önemli değişken olmuştur. Bulgulara göre oluşturulan ülke grupları ne kadar homojen olursa, aralarındaki etkileşimin o kadar yüksek olacağını ortaya koymuştur.

Türkiye'de 2003 yılında TÜİK'in gerçekleştirdiği ve neticesini 2004 yılında yayınladığı Yaşam Memnuniyeti Araştırması, mutluluk kavramı üzerine ülkemizdeki ilk etkin araştırmadır. Bu araştırmanın amacı, kişilerin genel mutluluk düzeyinin tespiti, temel yaşam alanları ve bu alanlardaki kamu hizmetlerine ilişkin genel memnuniyeti ölçmektir. 6714 kişi ile yüz yüze anket yoluyla gerçekleştirilen bu inceleme, geniş örneklem ve çalışma içeriği bakımından oldukça dikkat çekici bir uygulamadır.

Türkiye üzerine yapılan mutluluk ekonomisi çalışmaları göz önüne alındığında; Bozkuş v.d. (2006), TÜİK 2004 yılı verilerine dayanarak mutluluğun görece üstünlüğünü araştırmışlardır. Buna göre kadınların erkeklere, evlilerin bekârlara göre daha mutlu olduğunu tespit etmişlerdir. Ancak kişilerin eğitim düzeyinin artmasının mutluluğu azaltmada rol oynaması oldukça dikkat çekici bir sonuç olmuştur.

Selim (2008), benzer bir çalışma ile TÜİK’in 2004 yılı verilerini dikkate alarak yaptığı araştırmasında ferdi mutluluk dayanağı olan vasıfları çözümlenmiştir. Türkiye’de mutluluk dayanağı olan vasıflar güç, başarı, sevgi, iş, sağlık ve para olarak altı kategoride incelenmiştir. Bulgular değerlendirildiğinde; her bir bağımsız vasfın mutluluk dayanağı üzerinde farklı etkileri olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin cinsiyeti iş sahibi olmada mutluluk adına önemli bir rol oynadığı ve çoğunlukla gelir artışının mutluluk kazandırdığı fikrinin gerçeği yansıtmadığı belirtilmiştir.

“Avrupa Yaşam Kalitesi Endeksi” verilerini kullanan Akın ve Şentürk (2012) evliliğin ve sağlıklı bir yaşamın mutluluğu arttırmada önemli bir faktör olduğunu, artan yaş ve eğitim seviyesi ile beraber mutluluğun azaldığını, erkeklerin ise mutluluğu yakalamada kadınlara göre daha başarılı olduklarını tespit etmişlerdir.

Ekici ve Köydemir (2014) “Avrupa Değerler Anketi” verilerinden yararlanarak yazdıkları makalelerinde Akın ve Şentürk (2012)’e benzer olarak yaş ile mutluluk arasında negatif bir ilişki ve evlilik ile mutluluk arasında olumlu yönde bir ilişki tespit etmişlerdir. Kadınların erkeklere nazaran daha mutlu oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Veenhoven ve Dumludağ (2015) TÜİK ‘in 2011 yılı verilerini kullanarak yaptıkları çalışmada mutluluğu etkileyen faktörleri analiz etmişlerdir. Elde ettikleri bulgulara göre; evlilik, kır yaşamı ve maddi durumun mutluluğu arttırıcı etkisi, yaş ile mutluluğun azaltıcı etkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Akış (2015), mutluluk oranlarının Türkiye’deki durumu ve bu durumu etkileyen coğrafik etmelerin hangileri olduğunu belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışmada yer alan vasıflar ile mutluluk oranları korelasyon analizine tabi tutulmuştur. Analiz bulgularına göre, mutluluğun kamu ve tarım sektöründeki hizmetlerinden memnuniyet düzeyleri ile pozitif yönde bir ilişkisi tespit edilmiştir. Tersine olarak ise işsizlik oranı, ilk evlenme yaşı, boşanma oranları ve net göç hızı ile mutluluk arasında negatif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Servet (2017) TÜİK’in “Yaşam Memnuniyeti Araştırması” anket verilerinden yararlanarak yaptığı çalışmada, Türkiye için 2004 ve 2014 senelerinde sıralı logit modeli ile mutluluk düzeyinin sosyo-ekonomik ve demografik değişkenler üzerindeki etkisini incelemiştir. Analiz sonuçlarına göre yaş ve eğitim durumu ilerledikçe mutluluğun azaldığı, erkeklerin ise kadınlara göre daha mutlu olduğu tespit edilmiştir.

MEKÂNSAL VERİ ANALİZİ

Uzamsal gözlemler; uzaydaki konumlarına ilişkin ek bilgilerle gözlenirler (Arbia, 2005: 32-33). Uzamsal verilerin temelini uzay kavramı oluşturmaktadır. x_{s1} , x_{s2} , ..., x_{sn} coğrafyada yer aldıkları koordinatlara göre sıralanmış tesadüfi değişkenler dizisidir. Bilindiği gibi x_{t1} , x_{t2} , ..., x_{tn} zaman boyutuna göre sıralanmış tesadüfi değişkenler dizisi rassal süreç olarak tanımlanmaktadır. Benzer bir şekilde var olan koordinatlara göre sıralanmış x_{s1} , x_{s2} , ..., $x_{sn} = \{x(s), s \in S\}$ tesadüfi değişkenler dizisi de uzamsal (mekânsal) rassal proses ya da uzamsal (mekânsal) tesadüfi bölge olarak tanımlanır. S, mekânsal lokasyona dair bir göstergedir (Anselin, 1998: 36).

Mekânsal ünitelere bağlı değerlerin ölçme hatasına sahip olması ve analiz kapsamına dâhil edilen faaliyetlerin mekânsal ardışık bağımlılık içermesi; uzayda yer alan gözlem değerlerinin bağımlı olmasına neden olur. Çünkü mahalli ya da yöresel faaliyetlere yönelik incelemelerde mekân ve mesafenin önemi oldukça büyüktür (Zeren, 2010: 22).

Mekânsal veri analizi coğrafi olarak birbirine yakın konumda olan gözlemlerin benzer olma eğiliminde olduğunu savunmaktadır. Birbirine yakın konumlardaki verilerin uzak olan verilere göre daha fazla benzerlik göstermesi bağımlılık yapısını ortaya çıkarmaktadır (Haining, 2003:16; Başar, 2009:5).

Waldo Tobler (1970) coğrafyanın temel kanununu şu şekilde açıklamaktadır; “ *evrende her şey diğer her şey ile ilişkilidir; ancak birbirine yakın olanlar, uzak olanlara göre daha fazla ilişkilidir.* ” Bunun neticesinde birbirine yakın konumlarda değişkenlerin değerlerinin gözlemlenmesi ile mekânsal kümelenme meydana gelir.

Mekânsal veri analizinin temel prensibi birbirine yakın konumdaki değerlerin birbirine uzak konumdaki değerlere göre daha ilişkili olduğudur (Başbozkurt, 2015: 35). Analize dâhil olan bölgelerin birbirleri ile etkileşimlerinin derecesini belirlemek amacıyla mekânsal ağırlık matrisleri oluşturulur. Bu matrislerin kullanılmasının sebebi, komşuluğun etkileşimdeki önemini belirtmektir (Başar, 2009: 59). Mekânsal ağırlık matrisi uzaklığa ve sınırdışlığa bağlı olmak üzere iki yöntemle oluşturulabilir. Uzaklığa bağlı ağırlık matrisinde konumlar arası uzaklık ölçülürken, sınırdışlık matrisinde konumlar arasındaki benzerlik veya ortak sınır paylaşımı dikkate alınır (Zeren, 2011: 26). Mekânsal ekonometrik analizlerin sonuçları, oluşturan mekânsal ağırlık matrisine bağlıdır. Bu sebeple, mekânsal ağırlık matrisi seçimine dikkat edilmelidir (Fischer ve Wang, 2011: 21).

Mekânsal Ağırlıklandırma

Mekânsal ağırlık matrisi W, $n \times n$ boyutlu olup gözlemlerin coğrafik konumlarına veya yakınlığına göre oluşturulur (Gumprecht, 2005:2). Nesnelerin ya da konumların sayısı n olarak gösterilmektedir. Mekânsal olarak konumlandırılmış olan her bir eyalet ya da ilçe için satır ya da sütun mevcuttur. Satır ve sütundaki

elemanların (w_{ij}) komşuluk ilişkisi içerip içermediği oluşturulan matrise bağlıdır. Konumlar ya da nesnelere, i ve j şeklinde tanımlanmıştır. Bu matrisin öğeleri hudut ya da mesafeye göre ağırlıklandırılır.

Mekânsal konumlandırmaya dayalı ilişkinin görseli, sınırdışlığa bağlı ağırlıklar ile ayırt edilebilen bir haritayı kapsar. Birden fazla konum arasındaki yakınlık komşuluk olarak tanımlanır. Konumların sınır ortaklığı komşuluğun ifade edilebilmesi için gereklidir.

Ağırlık matrisi çoğunlukla iki değerden oluşur. s_i konumunun mevcut komşuları $N(i)$ kümesine ait olduğu varsayalım. Buna göre, iki değerden oluşan ağırlık matrisi W ’nin elemanları aşağıdaki gibi gösterilir.

$$w_{ij} = \begin{cases} 1 & j \in N(i) \\ 0 & \text{diğer durum} \end{cases} \quad (1)$$

Ağırlık matrisleri bazen satıra göre de standartlaştırılabilir. Böyle durumda tüm satırların toplamı $\sum_j w_{ij}^* = 1$ olur. W ’nin standartlaştırılan elemanları aşağıdaki gibi gösterilebilir.

$$w_{ij}^* = \frac{w_{ij}}{\sum_j w_{ij}} \quad (2)$$

Anselin (1988a: 18), komşuluk sınırında tanımlamaları satranç oyunundan esinlenerek oluşturmuştur. Kale, fil ve vezir oluşturulan komşuluk sınırlarıdır. Kale komşuluğu $w_{ij} = 1$ için, konumların ortak bir kenarı paylaştığını; fil komşuluğu $w_{ij} = 1$ için, konumların ortak bir köşeyi paylaştığını ve vezir komşuluğu için konumların ortak bir kenarı veya köşeyi paylaştığını varsayar.

Mekânsal bağımlılığın azalması, uzaklığa göre oluşturulan ağırlıklarda gözlemler arasındaki uzaklık artmasına bağlıdır (Anselin, 1988b:8). Uzaklık genellikle d_{ij} olarak gösterilir. Ağırlık matrisi mesafenin bir eşitliği olarak genel gösterimde belirtilmiştir.

$$w_{ij} = g(d_{ij}) \quad (3)$$

Mekânsal ekonometride uzaklık komşuluk tanımlarına göre hesaplanır. Kritik değer komşuluğu ve en yakın k komşuluğu en yaygın kullanılan komşuluk tanımlarıdır (Arbia, 2005:37-38).

Kritik değer komşuluğu aşağıdaki gibi tanımlanmıştır.

$0 \leq d_{ij} < d^*$ ise, komşu konumlar s_i ve s_j şeklindedir. Burada d^* , kritik değerdir. Böylece W matrisinin elemanlarını aşağıdaki gibi gösterilir.

$$w_{ij} = \begin{cases} 1 & 0 \leq d_{ij} < d^* \\ 0 & \text{diğer durum} \end{cases} \quad (4)$$

En yakın k komşuluğunda; komşu seçimi ve ağırlık matrisinin elemanları en kısa uzaklıktan olan konuma göre belirlenmektedir. Bu ölçüt dikkate alındığında s_j , s_i 'nin en yakın komşusu ve $d_{ij} = \min(d_{ik})$ 'dir. k 'nin eşitliği kuramsal biçimde belirlenir.

Mekânsal Regresyon Modelleri

Genel çoklu doğrusal regresyon modeli $y = x\beta + \varepsilon$ olarak ifade edilmektedir. Modelde yer alan y , $nx1$ boyutunda bağımlı değişken vektörünü; X , nxk boyutunda açıklayıcı değişkenler vektörünü; β , regresyon katsayısını; ε , hata terimini göstermektedir. Modelde yer alan hata terimlerinin birbirinden bağımsız, sıfır ortalama ve sabit varyansla normal dağıldığı varsayılır ($\varepsilon \sim N(0, \sigma^2 I_n)$). Ancak hatalar mekânsal otokorelasyon içeriyorsa bu varsayım geçerliliğini yitirir (Anselin ve Rey, 1991: 116). Gözlemlerin bağımsızlığı modeli büyük ölçüde kolaylaştırmaktadır (LeSage ve Pace, 2009: 2). Ancak bu sadeleştirme, mekânsal verilerde gözlemlenen hata terimindeki bağımlılık nedeniyle pek uygun değildir (Fischer ve Wang, 2011: 32).

Mekânsal bağımlılığın (otokorelasyonun) göz ardı edilmesi durumunda verilerin gerçek varyansı eksik tahmin edilir. Pozitif mekânsal otokorelasyon durumunda örneklemin ortalaması daha az hassas olur. Bunun sonucunda genellikle *a tipi hata* meydana gelir. Bu durum sonuçların tahmininde ve yorumlarında sorunlara neden olur (Cetin, 2012: 53; Ward ve Gleditsch, 2008: 10).

Mekânsal regresyon modelleri mekânsal otokorelasyonun nedenine göre belirlenir (Zeren, 2011: 7). Mekânsal bağımlılık, mekânsal hata bağımlılığı ve mekânsal gecikme bağımlılığı olarak iki şekilde tanımlanabilir. Mekânsal gecikme bağımlılığı içeren modelde, bir mekânda ölçülen bağımlı değişken, başka bir mekânda ölçülen bağımlı değişkenle ilişkilidir; yani mekânsal otokorelasyon bağımlı değişkenler arasındadır. Mekânsal hata bağımlılığı içeren modelde ise mekânsal otokorelasyon hata terimleri arasındadır (Başbozkurt, 2015: 46-47; Fischer ve Wang, 2011: 32-33).

Ardışık bağımlılık kavramı mekânsal regresyon modellerinde oldukça önemlidir. Ölçüm hataları sonucunda meydana gelen bağımlılığı göz önüne alan model mekânsal hata modeli (SEM) olarak tanımlanır ve aşağıdaki gibi gösterilir.

$$y = x\beta + \varepsilon$$

$$\varepsilon = \lambda W\varepsilon + u \quad (5)$$

Denklemden, $u \sim N(0, \sigma^2 I_n)$ 'dir. Çoğunlukla değeri 1'den küçük olan λ , ilgili konum ile komşu konumlar ait hata terimleri arasındaki mekânsal bağımlılığın kuvvetini ölçmektedir.

Mekânsal gecikme modeli klasik regresyon modelinin bir uzantısıdır. Bu model Anselin tarafından Spatial Autoregressive Model (SAR) (mekânsal otoregresif model) olarak adlandırılmıştır (Başar, 2009: 65). SAR bir konumdaki gözlemlere ait bağımlı değişken üzerinde, komşu konumlardaki değişkenlerin etkisi olduğunu varsaymaktadır. Bu doğrultuda mekânsal gecikme sürecinde modele açıklayıcı değişken olarak gecikmeli bağımlı değişken eklenir (Fischer ve Wang, 2011: 33). Aşağıda mekânsal gecikme modeline ait denklem verilmiştir (Anselin ve Rey, 1991: 117; Fischer ve Wang, 2011: 33).

$$y = \rho W y + x\beta + u$$

$$u \sim N(0, \sigma^2 I_n) \quad (6)$$

Modelde yer alan W , $n \times n$ boyutlu lokasyonlara ilişkin komşuluk derecesini ifade eden mekânsal ağırlık matrisini; y , $n \times 1$ boyutunda bağımlı değişken vektörünü; x , $n \times k$ boyutunda açıklayıcı değişkenler matrisini; u , hata terimini göstermektedir. Genellikle değeri 1'den küçük olan ρ mekânsal gecikmeli bağımlı değişkenin katsayısıdır. Bu katsayı ilgililenilen konumdaki y değişkenini etkileyecek komşu konumlardaki y 'lerin etkisini ölçmektedir (Fischer ve Wang, 2011: 33; Mekânsal otoregresif parametre ρ 'nun anlamlı olması mekânsal gecikme bağımlılığının varlığını göstermektedir. Bu parametre anlamlı olduğunda en küçük kareler tahminleri yanlış olacağından klasik regresyon modelinin kullanılması uygun değildir. Bu durumda mekânsal gecikme modeli kullanılır (Çetin, 2012: 70).

Mekânsal Bağımlılık Testleri

Moran (1950a, 1950b)'ın ardışık bağımlılık testi ile mekânsal ekonometride belirleme aşamasına geçilmiştir. Ardışık bağımlılık testinde alternatif hipotezde yer alan mekânsal korelasyonun yapısı henüz tespit edilememiştir. Bu sebeple bağımlılık testleri yalnızca ardışık bağımlılığı inceler, lakin yapısına dair açıklama içermez. Kalıntıların dağılımının normal olduğu varsayımına dayalı olarak gerçekleştirilen Moran'ın I istatistiği eşitlik (7)'de verilmiştir (Anselin ve Hudak, 1992:518).

$$I = \frac{N}{S_0} \left(\frac{e' W e}{e' e} \right) \quad (7)$$

Gözlemlerin sayısı N olarak tanımlanmıştır. Mekânsal ağırlık matrisinin elemanları toplamı S_0 olarak gösterilmiştir ($S_0 = \sum_i \sum_j w_{ij}$). $e = y - x\hat{\beta}$, ($N \times 1$) boyuta sahip En Küçük Kareler tahmin yöntemine dayalı kalıntılardır. Moran katsayısının sahip olduğu asimptotik dağılımın türü standart normal dağılımdır (Cliff ve Ord, 1981:).

Mekânsal otokorelasyonu test etmek için kullanılan bir diğer yöntem Lagrange çarpanı (LM) metodudur. Maksimum olabilirlik yöntemi ile tahmin edilen mekânsal regresyon modelleri için LM testinden yararlanılmasının sebebi bu testin sadece sıfır hipotez altındaki modelin tahmini için yapılmasıdır.

Mekânsal hata ve gecikme modeline dair oluşturulan hipotezler sırasıyla eşitlik (8) ve (9)'da gösterilmiştir.

$$\begin{aligned} H_o : \lambda &= 0 \\ H_A : \lambda &\neq 0 \end{aligned} \quad (8)$$

$$\begin{aligned} H_o : \rho &= 0 \\ H_A : \rho &\neq 0 \end{aligned} \quad (9)$$

Mekânsal hata modeli ve gecikme modeli için 1980 yılında Burrige tarafından LM istatistikleri geliştirilmiştir. Bu istatistikler sırasıyla LM_{ERR} ve LM_{LAG} şeklindedir ve eşitlik (9)'da belirtilmiştir (Anselin ve Florax, 1995: 25).

$$LM_{ERR} = LM_{\lambda} = (e'W'e / \sigma^2)^2 / tr(W'W + W^2) \quad (10)$$

$\sigma^2 = e'e / n$ olarak tanımlanmıştır. Bu test istatistiği χ^2 dağılımına sahip ve serbestlik derecesi 1'dir.

$$LM_{LAG} = LM_{\rho} = \{e'Wy / \sigma^2\} / \{(Wxb)'MWxb / \sigma^2 + tr(W'W + W^2)\} \quad (11)$$

Burada $M = I - x(x'x)^{-1}x'$ dir. Regresyon katsayı vektörü b , EKK tahminleri ile elde edilir. Bu istatistik de χ^2 dağılımına sahip ve asimptotik olarak serbestlik derecesi 1'dir.

LM metodu ile ilgili olan bir diğer mekânsal bağımlılık testi Robust Lagrange Çarpan Testleridir. Bera ve Yoon (1993:649)'un ortaya koyduğu bu testte standart LM test istatistiğinin beklenen değeri ve ortak varyanslarında değişiklik bulunmaktadır.

Geliştirilen bu Robust LM testleri, mekânsal gecikmeli bir modelin varlığında mekansal hata ardışık bağımlılık için ve mekansal hata ardışık bağımlılığın varlığında ise mekansal gecikmeli değişken için kullanılmaktadır.

Anselin vd. (1996:77) mekânsal tahmin için robust LM test istatistikleri oluşturmuşlardır.

$$LM_{\lambda}^* = \frac{[e'W_2e/\hat{\sigma}^2 - T_{21}(nJ_{\rho,\beta})^{-1}e'W_2e/\hat{\sigma}^2]^2}{T_{22} - (T_{21})^2(nJ_{\rho,\beta})^{-1}} \quad (12)$$

Burada;

$$e = y - x\hat{\beta},$$

$$\hat{\sigma}^2 = \frac{e'e}{n} \quad \text{ve}$$

$$(nJ_{\rho,\beta})^{-1} = \hat{\sigma}^2[(W_1x\beta)'M(W_1x\beta) + T_{11}\hat{\sigma}^2]^{-1} \text{dir.}$$

Ayrıca, $T_{ij} = \text{tr}(W_iW_j + W_i'W_j)$ ve $M = I - x(x'x)^{-1}x'$ dir.

$$LM_{\rho}^* = \frac{[e'W_1y/\hat{\sigma}^2 - T_{12}T_{22}^{-1}e'W_2e/\hat{\sigma}^2]^2}{nJ_{\rho,\beta} - (T_{21})^2T_{22}^{-1}} \quad (13)$$

$LM_{\rho\lambda}$ testi birleşik LM testi olarak adlandırılır. Bu test hata bağımlılığını sınavarken, gecikme bağımlılığını da dikkate alabilmektedir (Anselin, 2006:938-939). Birleşik LM testi bütün düzeyde $H_0 = \lambda = \rho = 0$ hipotezini EKK tahmincisinin hataları ile sınırlar ve sınama istatistiği aşağıdaki gibidir.

$$LM_{\rho\lambda} = \frac{[e'Wy/\hat{\sigma}^2 - e'We/\hat{\sigma}^2]}{nJ_{\rho,\beta} - T} + \frac{[e'We/\hat{\sigma}^2]^2}{T} \quad (14)$$

Test istatistiği χ^2 dağılımına sahip olun asimptotik olarak serbestlik derecesi 2'dir.

Model Belirleme Aşaması

Mekânsal ekonometrinin en önemli safhası olan model belirleme Folmer, Florax ve Rey'in (2003:557-579) yaptığı çalışmalarla gelişmiştir. Mekânsal ekonometrik modellemede en yaygın uygulama karma yaklaşımdır.

Karma yaklaşım için ilk aşamada LM_{ρ} ve LM_{λ} hesaplanır. Hesaplanan iki test istatistiği de anlamlı sonuç vermez ise $y = x\beta + \varepsilon$ modeli kullanılır. Robust testler ise hesaplanan iki test istatistiğinin de anlamlı olması durumunda geçerlidir. Oluşacak bu durumda mekânsal gecikme modelinin geçerli olması için

$LM_{\rho}^* > LM_{\lambda}^*$ şartının sağlanması gereklidir. Mekânsal hata modelinin geçerli şartı ise, $LM_{\rho}^* < LM_{\lambda}^*$ şeklindedir. Alternatif düzeyde, sadece LM_{ρ} istatistiksel olarak anlamlı ise mekânsal gecikme modeli; yine sadece LM_{λ} istatistiksel olarak anlamlı ise mekânsal hata modelinin kullanılması gerekmektedir.

EKONOMETRİK MODEL VE VERİ SETİ

Bu çalışmada, Türkiye'nin illerine ait mutluluk düzeylerinin mekânsal etkileşimi araştırılmıştır. Türkiye'de iller bazında mutluluk düzeyleri arasındaki farklılıkları belirlemek amacıyla kullanılan veriler Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) sitesi, Yaşam Memnuniyeti Endeksi'nden elde edilmiş olup, verilerin ulaşılabildiği en güncel yıl alınmıştır. 2015 yılı için illere göre mutluluk düzeyleri ve bu düzeyleri açıklamada yer alan değişkenler ele alınmıştır.⁴

Çalışmada kullanılacak değişkenler incelendiğinde tüm değişkenler oran cinsinden analize dâhil edilmiştir. Her bir değişken TÜİK'in yaşam memnuniyeti endeksinde oran cinsinden yer almıştır. Bu anlamda mutluluk oranını etkileyen etmenler dikkate alındığında aşağıdaki ekonometrik model oluşturulmuştur.

$$MD = \beta_0 + \beta_1 NFS + \beta_2 KNT + \beta_3 ÇLŞ + \beta_4 SĞL + \beta_5 EĞT + \beta_6 GVN + \beta_7 SOS + \beta_8 GS + \varepsilon_i \quad (15)$$

BULGULAR

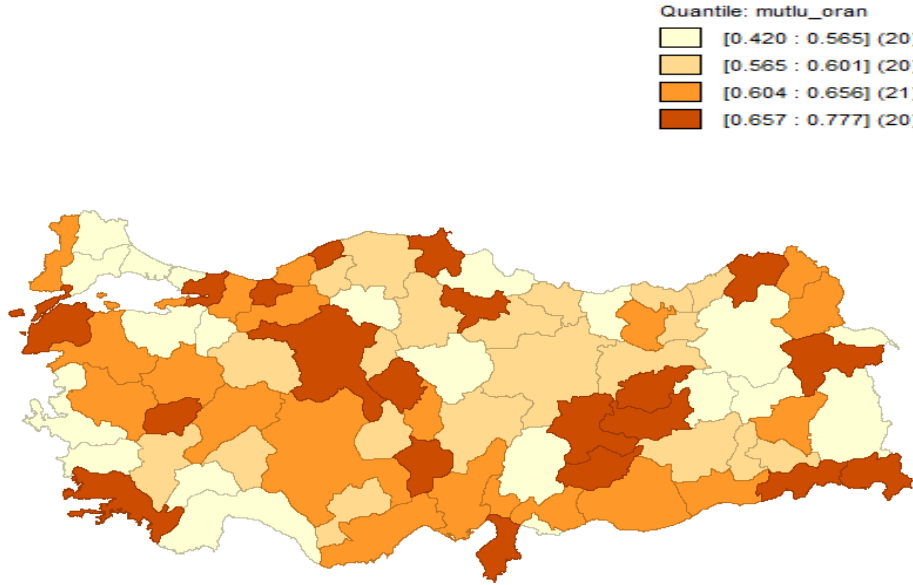
Çalışmada verilerin analizinde GeoDa programı kullanılmıştır. GeoDa programı verilerin haritalandırılarak görselleştirilmesini sağlamaktadır. Bu programda mekânsal otokorelasyon hesaplamaları, mekânsal regresyon tahminleri yapılabilmektedir (Anselin vd., 2007:291). Analizde kullanılacak olan mekânsal ağırlık matrisi bölgelerin ortak kenar ve köşe komşuluğundan hareketle vezir komşuluk tanımına göre oluşturulmuştur.

İller arasındaki mekânsal etkileşimler mekânsal veri analizi ile tespit edilmiştir. Mekânsal veri analizinde harita önemli bir role sahiptir. Harita mekânsal dağılımı görselleştirme imkânı sunmaktadır. Haritalandırma işlemi sırasında veri kümesini dört eşit parçaya bölen kartil haritası kullanılmaktadır (Fischer ve Wang,

⁴ Bağımlı değişken: mutluluk düzeyi (mutluluk oranı). Bağımsız değişkenler: nüfus (İlgili ilin nüfusu/ülke nüfusu), konut kalitesi memnuniyeti (Konut kalitesinden memnuniyet oranı), çalışma hayatı memnuniyeti (istihdam oranı, işsizlik oranı, çalıştığı işten memnuniyet oranı faktörlerinden oluşan endeks), sağlık hizmetleri memnuniyeti (kamunun sağlık hizmetlerinden memnuniyet oranı), eğitim hizmetleri memnuniyeti (kamunun eğitim hizmetlerinden memnuniyet oranı), güvenlik hizmetleri memnuniyeti (kamunun asayiş hizmetlerinden memnuniyet oranı), sosyal-yaşam memnuniyeti (sosyal ilişkilerden ve sosyal hayattan memnuniyet oranı), gelir-servet memnuniyeti (orta ve üstü gelir grubunda yer alan ailelerin oranı ve temel ihtiyaçlarını karşılayan hane halkı oranı faktörlerinden oluşan endeks).

2011: 15). Bu amaçla, öncelikle mutluluk düzeyi oranları için kartil haritası incelenmiştir.

Şekil 1: Mutluluk Oranlarının Mekânsal Dağılımı

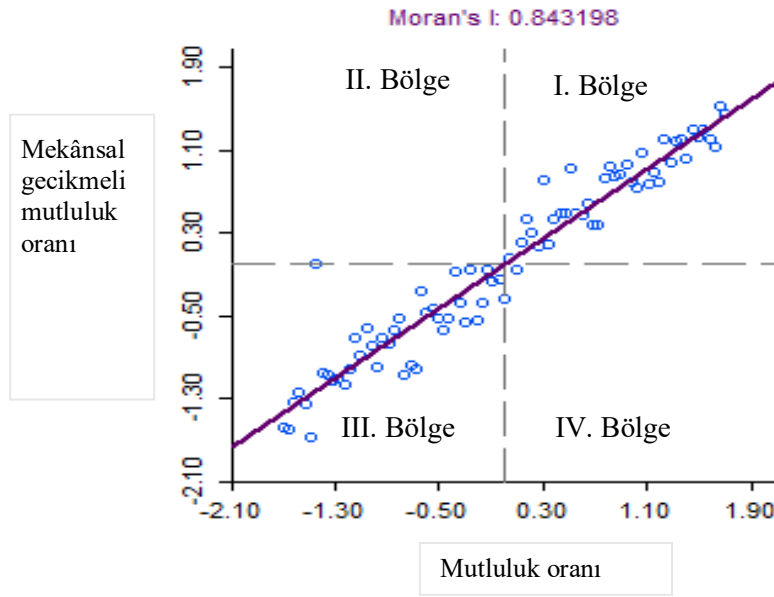


Şekil 1’de mutluluk oranlarının haritasında, en yüksek mutluluk oranına sahip iller en koyu renklerle gösterilmiştir. Renkler açıldıkça mutluluk oranları da azalmaktadır. Özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Akdeniz Bölgesi’nin doğusu, İç Anadolu Bölgesi, Doğu Anadolu Bölgesi’nin batısı ve İç Batı Anadolu illerin birbirini pozitif yönde etkiledikleri ve yüksek mutluluk kümelenmesi oluşturdukları gözlemlenmektedir. Dolayısıyla görsel olarak mekânsal bağımlılığın varlığından söz edilebilir.

Kartil haritası ile görsel olarak bölgesel farklılıkları belirlenen mutluluk oranlarının mekânsal etkileşimi Yerel Moran’s I saçılım diyagramı ile incelenmiştir. Yerel Moran’s I istatistiği her lokasyondaki değerlerin komşu lokasyondaki değerlerle benzerliğini yansıtmaya aynı zamanda bu istatistiğin harita üzerinde gösterimini kolaylaştırmaktadır. Bu yüzden Yerel Moran’s I istatistiği mekânsal verilerin görselleştirilmesinde önemlidir. Bir yerel Moran’s I istatistiği komşu mekânlar arasındaki etkileşime dair 5 farklı sonuç verir. İlk iki senaryo komşu lokasyonların benzer değer alması durumudur. Buna göre bir lokasyon yüksek değerler aldığı anda, komşu lokasyonda yüksek değerler alıyorsa bu lokasyonlar arasında yüksek-yüksek (high-high) mekânsal etkileşim bulunmaktadır (I.Bölge). Yine bir lokasyonda düşük değerler yer alırken komşu lokasyonlarda da düşük değerler yer alıyorsa bu durumda lokasyonlar arasında düşük-düşük (low-

low) etkileşim bulunmaktadır (III. Bölge). Diğer iki senaryo ise lokasyon değerlerinin komşular arasında farklı olmasına dayanmaktadır. Buna göre bir lokasyon yüksek değerler alıyorken diğer komşu düşük değerler alıyorsa yüksek-düşük (high-low), bir lokasyon düşük değerler alıyorken diğer komşu yüksek değerler alıyorsa düşük-yüksek (low-high) mekânsal etkileşim bulunmaktadır (II. ve IV. Bölge). Son senaryo ise komşu lokasyonlar arasında anlamlı bir mekânsal etkileşimin bulunmamasıdır. Bu durumda Yerel Moran's I istatistiği istatistiksel olarak sıfırdan farklı değildir.

Şekil 2: Mutluluk Oranlarının Moran Saçılım Diyagramı

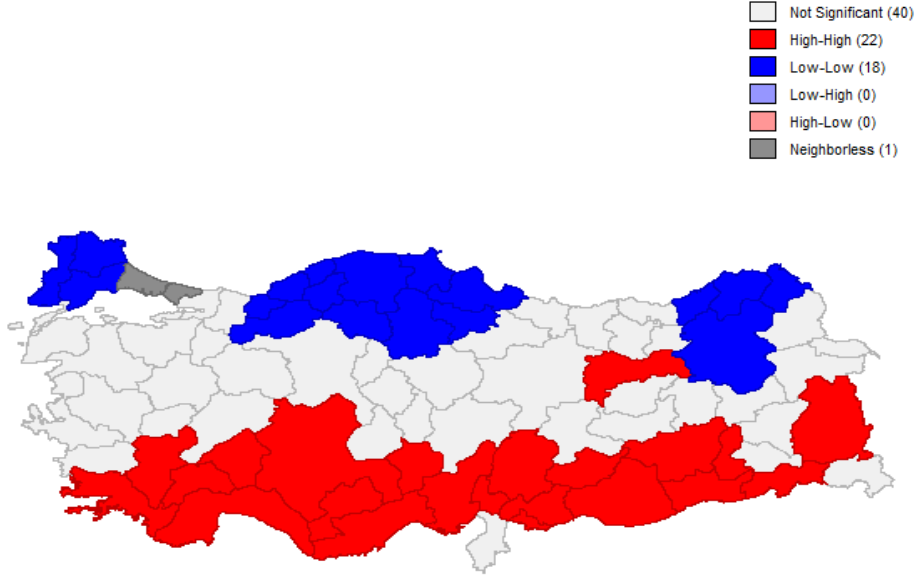


Şekil 2'de verilen mutluluk oranlarının Moran saçılım diyagramında değerlerin rassal olarak dağılmadığı, pozitif otokorelasyonun olduğu I. ve III. bölgelerde yoğunlaştığı gözlemlenmektedir. Mutluluk oranları için 0.84 olarak hesaplanan Moran's I değeri pozitif mekânsal otokorelasyon olduğunu göstermektedir. Söz konusu diyagramda yüksek-yüksek bölgesinde yer alan Adana, Adıyaman, Ankara, Antalya, Balıkesir, Batman, Bingöl, Bitlis, Burdur, Düzce, Çanakkale, Denizli, Diyarbakır, Elazığ, Erzincan, Eskişehir, Gaziantep, Hakkâri, Hatay, Isparta, İçel, Kahramanmaraş, Karaman, Kastamonu, Kırıkkale, Kırşehir, Kilis, Konya, Mardin, Malatya, Muğla, Osmaniye, Siirt, Sinop, Şırnak, Tokat, Tunceli, Şanlıurfa, Uşak illerinin mutluluk oranları Türkiye ortalamasından daha yüksektir. Ayrıca bu iller yüksek mutluluk oranına sahip illerle ilişki içerisindedir. Düşük-düşük bölgesinde yer alan Afyonkarahisar, Aksaray, Ardahan, Aydın, Amasya, Artvin, Bartın, Bayburt, Bolu, Bursa, Bilecik, Çankırı, Çorum, Edirne, Erzurum, Giresun, Gümüşhane, İstanbul, İzmir, Kars, Karabük, Kayseri, Kırklareli, Kilis, Kütahya, Manisa, Muş, Nevşehir, Ordu, Rize, Sakarya, Samsun, Sivas,

Tekirdağ, Trabzon, Yalova, Yozgat, Zonguldak illerinin mutluluk oranları Türkiye ortalamasından düşüktür. Ayrıca bu iller düşük gözlem değerli illerle ilişki içerisinde. Yüksek- düşük bölgesinde yer alan İzmit ili mutluluk oranı Türkiye ortalamasının üzerindedir; ancak bu iller düşük mutluluk oranına sahip illerle ilişki içerisinde. Düşük-yüksek bölgesinde yer alan Iğdır ve Van illerinin mutluluk oranları Türkiye ortalamasından düşüktür; ancak bu iller yüksek mutluluk oranına sahip illerle ilişki içerisinde.

Moran’s I diyagramıyla dağılımı ele alınan gözlem değerlerinin bölgesel olarak anlamlı mekânsal kümelenme ya da ayrışma gösterip göstermediğini incelemek amacıyla, mekânsal ilişkinin yerel göstergesi olan LISA analizi kullanılmıştır.

Şekil 3: Mutluluk düzeyi oranlarının LISA Haritası



Şekil 3’te verilen mutluluk oranlarının LISA haritasında, kırmızı renkle ifade edilen yüksek-yüksek bölgesinde yer alan iller, Türkiye ortalamasının üzerinde mutluluk oranına sahip olan ve yüksek mutluluk oranına sahip illerle ilişki içerisinde olan illeri göstermektedir. Van, Şırnak, Mardin, Batman, Diyarbakır, Adıyaman, Şanlıurfa, Kahramanmaraş, Osmaniye, Kilis, Gaziantep, Adana, Niğde, Mersin, Konya, Karaman, Antalya, Burdur, Isparta, Denizli, Muğla ve Erzincan illerinin komşuluk ilişkilerinden etkilendikleri, yüksek gözlem değerleriyle kümelenedikleri gözlemlenmektedir. Türkiye ortalamasının altında mutluluk oranına sahip olan; ayrıca düşük değerli mutluluk oranına sahip olan illerle ilişki içerisinde olan iller düşük-düşük bölgesinde gösterilmektedir. Ardahan, Artvin, Rize, Erzurum, Samsun, Sinop, Bartın, Zonguldak, Kastamonu, Karabük, Düzce, Bolu,

Çankırı, Çorum, Amasya, Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ illerinin düşük gözlem değerleriyle kümelendiği gözlemlenmektedir. İstanbul dışında geriye kalan 40 il komşu lokasyonlar arasında anlamlı bir mekânsal etkileşimde bulunmamaktadır. İstanbul ilinde ise Moran's I istatistiği istatistiksel olarak anlamlı bulunsa da mutluluk oranı açısından İstanbul ili mekânsal anlamda herhangi bir il ile komşuluk etkileşimine sahip değildir.

Türkiye'de illere göre mutluluğun mekânsal kümelenmelerinin incelenmesinin ardından, mutluluk düzeyini etkileyen dinamikler mekânsal analiz yöntemleriyle ortaya konulmuştur.

Bu aşamada mekânsal bağımlılığın araştırılmasının yanı sıra mutluluk düzeyini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla modelin parametreleri en küçük kareler (EKK) yöntemiyle tahmin edilmiştir. Bu modele ilişkin tahmin sonuçları Tablo 2'deki gibidir.

Tablo 2: En Küçük Kareler Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Olasılık Değeri
Sabit Terim	8.935	0.067*
Nüfus Oranı	-1.643	0.092*
Konut Kalitesi Memnuniyeti Oranı	-0.477	0.741
Çalışma Hayatı Memnuniyeti Oranı	0.762	0.028**
Sağlık Hizmetleri Memnuniyeti Oranı	0.513	0.000***
Eğitim Hizmetleri Memnuniyeti Oranı	-0.749	0.072*
Güvenlik Hizmetleri Memnuniyeti Oranı	-0.326	0.000***
Sosyal Yaşam Memnuniyeti Oranı	0.278	0.103
Gelir -Servet Memnuniyeti Oranı	0.492	0.045**
AIC: 133.20 F= 17.472 (p=0.000***)		
SC: 142.48 Jarque-Bera= 0.823(p= 0.662)		
R ² =0.71, \bar{R}^2 = 0.69 Breusch-Pagan= 0.832(p=0.577)		
VIF= 4.722 Breusch-Godfrey= 0.672 (p=0.736)		

*, **, *** sırasıyla %10, %5 ve %1'de istatistiksel olarak anlamlılık düzeyini vermektedir.

AIC: Akaike Bilgi Kriteri, SIC: Schwarz Bilgi Kriteri

Mutluluk oranını etkileyen faktörlerin araştırıldığı modelde EKK tahmin sonuçları incelendiğinde, mutluluk üzerinde; açıklayıcı değişkenlerden nüfus oranı, konut kalitesi memnuniyet oranı, eğitim ve güvenlik hizmetleri memnuniyeti oranlarının negatif etkisi, gelir-servet, çalışma hayatı, sağlık hizmetleri ve sosyal yaşam memnuniyeti oranlarının pozitif etkisi olduğu görülmektedir. Özellikle nüfus, konut kalitesi, eğitim ve güvenlik hizmetleri Türkiye'de mutluluk düzeyini düşüren unsurlar olarak tespit edilmiştir. Bir başka ifade ile hane halkları bu hizmetlerden memnun olmadıkları için genel mutluluk düzeylerini olumlu

etkilemediğini düşünebiliriz. Konut kalitesi memnuniyet oranı ve sosyal yaşam memnuniyet oranı değişkenlerinin katsayıları istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Uygulamada kullanılan verilerin illere ait olması nedeniyle komşuluk ilişkilerinden etkilenebileceği, mekânsal bağımlılık içerebileceği düşünülmüştür. Buna göre ilgili modelde mutluluk düzeyi üzerine mekânsal bağımlılığının olup olmadığı araştırılmıştır. Bu amaçla, mekânsal bağımlılık testleri uygulanmıştır. Mekânsal bağımlılık test sonuçları Tablo 3’teki gibidir.

Tablo 3: Mekânsal Bağımlılık Testi Sonuçları

Testler	Test İstatistiği	Olasılık(p)
Moran I	2.777	0.005***
LM gecikme (LM_{ρ})	3.762	0.058*
LM hata (LM_{λ})	7.084	0.001***
RLM gecikme (RLM_{ρ})	0.728	0.257
RLM hata (RLM_{λ})	4.741	0.037**
Birleşik LM	8.438	0.000***

*, **, *** sırasıyla %10, %5 ve %1’de istatistiksel olarak anlamlılık düzeyini vermektedir.

Moran I test istatistiği için olasılık değeri 0,005 olarak hesaplanmıştır. Bu değer 0,01’den küçük olduğu için mekânsal bağımlılık olmadığını ifade eden hipotezi reddedilir. Böylece verilerde mekânsal bağımlılık olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Ancak Moran I testi mekânsal bağımlılığın yapısı hakkında bilgi vermez. Mekânsal bağımlılığın türünü belirlemek için LM istatistikleri incelenir.

LM_{ρ} ve LM_{λ} test sonuçlarına göre, ρ ve λ istatistiki olarak anlamlıdır. Buna göre mekânsal gecikmeli model ve mekânsal hata modellerinin her ikisinin de geçerli olabileceği görülmektedir. Birleşik LM istatistiğinin anlamlı olması da ardışık bağımlılığın her iki türünün de var olabileceğini göstermektedir. Bu durumda hangi modelin geçerli olduğunun belirlenmesi için RLM_{ρ} ve RLM_{λ} testleri incelenir.

RLM_{ρ} istatistiği anlamsız; RLM_{λ} istatistiği anlamlı olduğundan mekânsal hata modelinin uygun olduğuna karar verilmiştir. Dolayısıyla çalışmaya mekânsal hata modeli tahmin edilerek devam edilmiştir. Analiz bulgularına Tablo 4’te yer verilmiştir.

Tablo 4: Mekânsal Hata Modeli Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Olasılık Değeri
λ	0.352	0.004***
Sabit Terim	6.875	0.072*
Nüfus Oranı	-1.436	0.060*
Konut Kalitesi Memnuniyeti Oranı	-0.139	0.091*
Çalışma Hayatı Memnuniyeti Oranı	0.548	0.037**
Sağlık Hizmetleri Memnuniyeti Oranı	0.653	0.000***
Eğitim Hizmetleri Memnuniyeti Oranı	-0.226	0.056*
Güvenlik Hizmetleri Memnuniyeti Oranı	-0.171	0.000***
Sosyal Yaşam Memnuniyeti Oranı	0.665	0.081*
Gelir -Servet Memnuniyeti Oranı	0.746	0.068*
AIC: 111.54 Log Likelihood: -98.764 R ² =0.78 SC: 113.65 Likelihood Ratio Test: 11.923(p=0.000***)		

*, **, *** sırasıyla %10, %5 ve %1'de istatistiksel olarak anlamlılık düzeyini vermektedir.
AIC: Akaike Bilgi Kriteri, SC: Schwarz Bilgi Kriteri

Bu modelden elde edilen AIC ve SIC değerleri, EKK regresyon modeli'nden elde edilen AIC ve SIC değerlerine göre daha düşüktür. Bu kriterlerin daha düşük değerler alması mekânsal gecikme modelinin klasik modelden daha iyi sonuçlar verdiğini göstermektedir. Mekânsal bağımlılığın göstergesi olan λ katsayısı istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu katsayı mutluluk düzeyini etkileyen açıklayıcı değişkenler dışında komşu bölgelerin mutluluk oranlarından da etkilendiğini göstermektedir. Modelde yer alan tüm değişkenler EKK regresyon modeline göre istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Model genel olarak incelendiğinde nüfus, konut kalitesi, eğitim ve güvenlik hizmetleri Türkiye'de mutluluk düzeyini azaltıcı etki gösterirken, çalışma hayatı, gelir-servet, sağlık ve sosyal yaşam ise arttırıcı etkide bulunmuştur.

SONUÇ

Bu çalışmada, Türkiye’de iller bazında mutluluk düzeyinin mekânsal desenindeki farklılıklar ortaya konmuş ve mutluluğu etkileyen değişkenler belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla öncelikle açıklayıcı mekânsal veri analizi teknikleri kullanılarak mutluluk düzeyinin mekânsal dağılımı incelenmiştir. Mutluluk düzeyi için Moran I değeri ile pozitif mekânsal otokorelasyon olduğu saptanmış ve Moran saçılım diyagramı ile ilişki tipleri gösterilmiştir. LISA analizi ile yerel mekânsal ilişkiler araştırılmıştır. Analizin devamında mutluluk düzeyini etkilediği düşünülen değişkenlerin etkileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda regresyon modeli oluşturulmuştur. Regresyon modelinin tahmin sonuçlarına göre mutluluk düzeyi üzerinde; açıklayıcı değişkenlerden eğitim ve güvenlik hizmetlerinden memnuniyet oranlarının, nüfus oranının ve konut kalitesi memnuniyet oranının negatif etkisi; gelir-servet, çalışma hayatı, sağlık ve sosyal yaşam hizmetlerine ilişkin memnuniyet oranının ise pozitif etkisi tespit edilmiştir. İllerin sahip olduğu bu değişkenlerin mutluluk oranı üzerindeki etkilerinin komşuluk ilişkileri açısından mekânsal bağımlılığının olup olmadığının araştırılması amacıyla mekânsal bağımlılık testleri uygulanmıştır. Mekânsal bağımlılık testlerinin sonuçlarına göre, mekânsal hata modelinin geçerli olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla çalışmaya mekânsal hata modeli tahmin edilerek devam edilmiştir. Mekânsal hata modeli sonuçlarının klasik regresyon modeli sonuçlarına göre daha anlamlı sonuçlar verdiği; ayrıca AIC ve SIC değerleri açısından daha iyi olduğu gözlenmiştir. Mekânsal hata modeli ve EKK regresyon modelinin tahmin sonuçlarına göre, değişkenlerin katsayı işaretleri teorik beklentilerle uyumlu bulunmuştur. Ancak mekânsal hata modelinde tüm açıklayıcı değişkenler istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bunun yanı sıra mekânsal bağımlılığın göstergesi olan λ katsayısı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş, mutluluk oranlarının ilgili açıklayıcı değişkenler haricinde komşu konumların mutluluk oranları ile de anlamlı ilişki içerdiği gözlemlenmiştir. Mutluluk oranlarının bölgesel düzeyde farklılıklar gösterdiği ve yayılma etkisiyle illerin birbirlerini etkiledikleri tespit edilmiştir. Çalışmadaki ampirik bulgulara Türkiye’de son yıllarda öne çıkan emlak sektörü çok sayıda konut projesini beraberinde getirmiş olsa da konut kalitesindeki memnuniyet ile mutluluk oranı arasında negatif ilişki olduğu belirlenmiştir. Artan nüfus oranı ise iktisadi beklentiler çerçevesinde mutluluk oranını negatif yönde etkilemiştir. Bu sonucu destekleyen ve artan nüfus oranı ile mutluluk oranı arasındaki negatif ilişkiyi ortaya koyan bir çok ampirik çalışma bulunmaktadır. Yapılan araştırmalara göre az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde artan nüfus oranı mutluluk oranını negatif yönde iki kata yakın daha fazla etkilemektedir (Kahyaoglu, 2008: 55). Mutluluk düzeyini azaltan diğer iki önemli etmen ise güvenlik ve eğitim hizmetlerindeki memnuniyet oranıdır. Güvenliğin iki önemli hususu asayiş ve terörle mücadele ülkemizde bölgesel anlamda mutluluk düzeyini azaltıcı etki yapmıştır. Artan güvenlik hizmetleri henüz daha yaşam memnuniyeti açısından etkisini gösterememiştir. Eğitim düzeyi arttıkça mutluluk oranının azalması ilginç bir durumdur. Bu durum, eğitimli işsiz

nüfusun artmasının ülkenin toplam vasıf düzeyinin ve toplumsal kaynaklarının olumlu kullanılmaması olarak açıklanabilir (Korkmaz ve Mahiroğulları, 2007: 59).

Elde edilen bir diğer önemli bulgu da, sağlık, çalışma hayatı ve gelir-servete ilişkin memnuniyetin mutluluk oranını arttırdığı şeklindedir. Mutluluk yani yaşam memnuniyeti, diğer bireylerin sağlığından, kazancından ve hanehalkı gelirinden pozitif yönde etkilenmiştir (Çevik ve Korkmaz, 2014:138).

Mutluluğu etkileyen farklı değişkenlerin analize dâhil edilmesi ile mekânsal ekonometrik analizler yeniden gerçekleştirilerek, elde edilen bulgular çerçevesinde ilişkilerin yönü ve büyüklüğü incelenebilir. Söz konusu farklı değişkenler; km²'ye düşen orman alanı, atık hizmeti verilen nüfusun oranı gibi faktörleri içeren çevre hizmetleri memnuniyet oranı, siyasi partilere üyelik oranı, sendika faaliyetlerinde yer alma oranı gibi faktörleri içeren sivil katılım ilişkili memnuniyet oranı, kanalizasyon ve şebeke suyuna erişim oranı, havaalanına erişim oranı ve belediyenin toplu taşıma hizmetlerine ilişkin memnuniyet oranı gibi faktörleri içeren altyapı hizmetlerine ilişkin memnuniyet oranı olabilir.

KAYNAKÇA

Akın, H. B. & Şentürk, E. (2012). Bireylerin mutluluk düzeylerinin ordinal lojistik regresyon analizi ile incelenmesi. *Öneri Dergisi*, 10(2),183– 193.

Akış, Ö. (2015). Bir refah göstergesi olarak Türkiye’de mutluluğun mekânsal dağılışı. *Türk Coğrafya Dergisi*, 65(1), 69–76.

Anselin, L. (1988a). *Spatial econometrics: Methods and models*. Kluwer Academic Publishers.

Anselin, L. (1988b). Lagrange multiplier test diagnostics for spatial dependence and spatial heterogeneity. *Geographical Analysis*, 20(1), 1-17.

Anselin, L. (1998). *Spatial dependence in linear regression models with an introduction to Spatial Econometrics*. Handbook of Applied Economic Statistics, Ed.by A.Ulah, D. Giles. New York: Marcel Dekker.

Anselin, L. (2006). Spatial Econometrics. In T. C. Mills and K. Patterson, (Eds.), *Palgrave Handbook of Econometrics: Econometrics Theory* (pp. 901-941). Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Anselin, L., Bera, A.K., Florax, R. & Yoon M. (1996). Simple diagnostics tests for spatial dependence. *Regional Science and Urban Economics*, 26(2), 77-104.

Anselin L., & Florax, R. (1995). Small sample properties of tests for spatial dependence in regression models. In L. Anselin and R. Florax (Eds). *New Directions in Spatial Econometrics* (pp. 3- 18). Berlin: Springer-Verlag.

Anselin L. & Hudak, S. (1992). Spatial econometrics in practice: A review of software options. *Regional Science and Urban Economics*, 22(3), 509-536.

Anselin, L. & Rey, S. (1991). Properties of tests for spatial dependence in linear regression models. *Geographical Analysis*, 23(2), 112-131.

Anselin, L., Sridharan, S. & Gholston, S. (2007). Using exploratory spatial data analysis to leverage social indicator databases: The Discovery of interesting patterns. *Social Indicators Research*, 82(2), 287-309.

Arbia, G. (2005). *Spatial econometrics: Statistical foundations and application to regional convergence*. Berlin: Springer-Verlag.

Başar, O. D. (2009). *Uzamsal regresyon analizi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.

Başbozkurt, H. (2015). *Mekânsal regresyon metotları kullanımı ile toprağın bazı fiziksel ve kimyasal özelliklerinin analizi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.

Bera A.K. & Yoon M. (1993). Specification testing with locally misspecified alternatives. *Econometric Theory*, 9(3), 649-658.

Brereton, F., Clinch, J. P., & Ferreira, S. (2008). Happiness, geography and the environment. *Ecological Economics*, 65(2), 386–396.

Bozkuş, S., Çevik, E., & Üçdoğruk, S. (2006). Subjektif refah ve mutluluk düzeyine etki eden faktörlerin sıralı logit modeli ile modellenmesi: Türkiye örneği. *İstatistik Araştırma Sempozyumu Bildiriler Kitabı* (s. 93–116). Ankara.

Burridge, P. (1980). On the Cliff-Ord test for spatial autocorrelation. *Journal of Royal Statistical Society B*, 42(1), 107-108.

Cetin, D. (2012). *Exports and clusters: A spatial econometric analysis on Ankara and Istanbul Oizs* (Ph.D.). Middle East Technical University, Ankara.

Cliff, A. & Ord, K. (1972). Testing for spatial autocorrelation among regression residuals. *Geographical Analysis*, 4(3), 267-284.

Çevik, N. & Korkmaz, O. (2014). Türkiye’de yaşam doyumu ve iş doyumu arasındaki ilişkinin iki değişkenli sıralı probit model analizi. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(1), 126-145.

Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(1), 542-575.

Easterlin, R. (1974). Does economic growth improve the human lot? In P. A. David and M. W. Reder (Eds.). *Nations and Households in Economic Growth: Essays in Honor of Moses Abramovitz* (pp.89-125). New York: Academic Press, Inc.

Ekici, T. & Köydemir, S. (2014). Social capital, government and democracy satisfaction, and happiness in Turkey: a comparison of surveys in 1999 and 2008. *Social Indicators Research*, 118(2), 1031-1053.

European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. (2005). *First European quality of live survey*. Edition Petra Böhnke. Published European Foundation.

Fischer, M. M. & Wang, J. (2011). *Spatial data analysis: Models, methods and techniques*. Springer Science & Business Media.

Florax, R.J., Folmer, H. & Rey S.J. (2003). Specification searches in spatial econometrics: The relevance of Hendry's methodology. *Regional Science and Urban Economics*, 33(5), 557-579.

Gilman, R., Hüebner, E.S. & Laughlin J.E. (2000). A First study of multidimensional students' life satisfaction scale with adolescents. *Social Indicators Research*. 52(1), 135-160.

Gumprecht, D. (2005). Spatial methods in econometrics. An application to R&D spillovers. *Research Report Series / Department of Statistics and Mathematics*. 26. Department of Statistics and Mathematics, Vienna: WU Vienna University of Economics and Business.

Haining, R. P. (2003). *Spatial Data Analysis: Theory and Practice*. New York: Cambridge University Press.

Kahyaoglu, O. (2008). *Yaşam memnuniyeti ve yaşam memnuniyetini etkileyen değişkenler ile ekonometrik uygulama: Türkiye örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Korkmaz, A. & Mahiroğulları, A. (2007). *İşsizlikle mücadelede emek piyasası politikaları, Türkiye ve AB ülkeleri*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Lesage, J. P. & Pace, R. K. (2009). *Introduction to spatial econometrics*. Boca Raton, FL: Chapman & Hall/CRC.

Lin, C.-H. A., Lahiri, S., & Hsu, C.-P. (2014). Happiness and regional segmentation: Does space matter? *Journal of Happiness Studies*, 15(2), 57-83.

Moran, P. A. (1950a). A Test for the serial independence of residuals. *Biometrika*, 37(1/2), 178-181.

Moran, P. A. (1950b). Notes on continuous stochastic phenomena. *Biometrika*, 37(1/2), 17-23.

New Economics Foundation. (2006.) *The European happy planet index*. Ed. Mary Murphy. Published NEF.

New Economics Foundation. (2006). *The happy planet index*. Ed. Mary Muiphy. Published NEF.

Rojas, M. (2007). Heterogeneity in the relationship between income and happiness: A conceptual-referent-theory explanation. *Journal of Economic Psychology*, 28(2), 1–14.

Selim, S. (2008). Türkiye’de bireysel mutluluk kaynağı olan değerler üzerine bir analiz: Multinomial logit model. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(3), 345–358.

Sen, A. (1987). *The standard of living*. New York: Cambridge University Press.

Sen, A. (2004). *Özgürlükle kalkınma*. Çev. Yavuz Alogan. Birinci Basım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Servet, O. (2017). Mutluluğun Türkiye’deki belirleyenlerinin zaman içinde değişimi. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 35(2), 16-42.

Stanca, L. (2010). The geography of economics and happiness: Spatial patterns in the effects of economic conditions on Well-Being. *Social Indicators Research*, 99(1), 115–133.

Stevenson, B. & Wolfeis, J. (2008). *Economic growth and subjective well-being: Reassessing the easterlin paradox*. Brookings Papers on Economic Activity.

Şeker, M. (2009). Mutluluk ekonomisi. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 39(2), 115-134.

Tobler, W. R. (1970). A Computer movie simulating urban growth in the detroit region. *Economic Geography*, 46(3), 234-240.

Veenhoven, R. (1996). *The study of life satisfaction: Comparative study of satisfaction with life in Europe*. Budapest, Hungary: Eötvös University Press.

Veenhoven, R. (2007). *Human well-being, concept and measurement*. Houndmills, New Hampshire: Palgrave /McMillan: Chapter 9, pp. 214-239.

Veenhoven, R. & Dumludağ, D. (2015). İktisat ve mutluluk. *İktisat ve Toplum Dergisi*, 58(2), 46-51.

Ward, M. D. & Gleditsch, K. S. (2008). *Spatial regression models*. Sage.

White, A. (2007). A Global projection of subjective well-being: A challenge to positive psychology?. *Psychtalk*, 56(4), 17-20.

Zeren, F. (2010). Mekânsal etkileşim analizi. *Ekonometri ve İstatistik e-Dergisi*, 12(1), 18-39.

Zeren, F. (2011). *Mekânsal ekonometri ve mekânsal panel ekonometri yaklaşımları: AB üye ülkeleri için gelir yakınsama hipotezi üzerine bir uygulama* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Yayın Geliş Tarihi: 04.10.2018
Yayına Kabul Tarihi: 05.04.2019
Online Yayın Tarihi: 19.12.2019
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.467312>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1065-1086
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

TÜRKİYE’DE DÖVİZ KURU, ENFLASYON VE FAİZ ORANLARININ ETKİLEŞİMİ

*Sedat YENİCE**
*Ersin YENİSU***

Öz

Bu çalışmanın temel amacı Türkiye’nin başlıca finansal makro ekonomik göstergeleri arasındaki ilişkileri ampirik olarak test etmektir. Diğer bir deyişle döviz kurundan enflasyon ile faiz oranına geçiş etkisi ve enflasyonla faiz oranı arasında ilişki olup olmadığı incelenmiştir. Bu kapsamda 2003 Ocak ile 2018 Nisan dönemleri arasında Türkiye’deki döviz kuru, enflasyon ve faiz oranlarının aylık ortalama verileri analizde kullanılmıştır. Çalışmada yöntem olarak ARDL sınır testi yaklaşımı ile eşbütünleşme analizi yapılmış daha sonra ise Toda–Yamamoto testi ile nedensellik analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre Türkiye’de döviz kurundan enflasyon ve faiz oranına doğru tek yönlü nedensellik olduğu tespit edilmiştir. Sonuçlara göre döviz kurundan faiz oranı ve enflasyona doğru geçiş etkisi işlemektedir. Diğer taraftan bulgulara göre enflasyon ile faiz oranı arasında eşbütünleşme ilişkisi tespit edilmiş ve Türkiye’de Fisher hipotezinin doğrulandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Döviz Kuru, Enflasyon, Faiz, Toda-Yamamoto Nedensellik, ARDL Sınır Testi.*

THE RELATIONSHIP BETWEEN EXCHANGE RATE, INFLATION AND INTEREST RATE IN TURKEY

Abstract

The main objective of the study is to determine financial relations between principal macro-economic indicators in Turkey empirically. In this respect, it is necessary to examine whether there is a pass-through effect of inflation and interest rate on the exchange rate

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Yenice, S. & Yenisu, E. (2019). Türkiye’de döviz kuru, enflasyon ve faiz oranlarının etkileşimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1065-1086.

* Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Polatlı Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Bölümü, ORCID: 0000-0003-4232-329X, [sedatyenice@gmail.com](mailto:sedyenice@gmail.com)

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisanstü Eğitim Enstitüsü, Finansman Ana Bilim Dalı, ORCID: 0000-0002-0235-4270, ersinyenisu@gmail.com

and to examine the relation between inflation and interest rate. The period between April 2018 and January 2003 is used in the analysis, data on average monthly exchange rate, inflation and interest rates. In the study, cointegration analysis was done with ARDL bound test approach and then was done also causality analysis with Toda-Yamamoto test. According to the findings obtained from the study it has been found to be unidirectional causality from exchange rate to inflation and interest rates. According to the results, the effect of the exchange rate on the interest rate and inflation is valid. On the other hand according to the findings it has been identified cointegration relationship between interest rates and inflation in Turkey and concludes that the verification of the Fisher hypothesis has been reached.

Keywords: Exchange Rate, Inflation, Interest Rate, Toda-Yamamoto Causality, ARDL Bound Test.

GİRİŞ

Uluslararası finansal ilişkilerin artmasıyla döviz kurunun bir ülkedeki üretici ve tüketici malları fiyatlarına hangi yönde ve hangi hızda etki ettiğinin belirlenmesi önem kazanmıştır. Söz konusu etki literatürde geçiş etkisi ya da yansıma etkisi olarak adlandırılmıştır. Geçiş etkisini Seyidoğlu (2007; 401) döviz kurundaki bir artış sonucu ithalat ve ihracat fiyatlarındaki artış olarak tanımlamıştır.

Geçiş etkisi, döviz kurundaki değişimlerin yurtiçi fiyatlar üzerinde tam diğer bir tanımla yüzde yüz değişime yol açabileceği gibi kısmi yani yalnızca belirli oranlarda da gerçekleşebilir. Kısacası bir ülkede enflasyon başta olmak üzere birçok makroekonomik değişkenin kontrol edilmesinde döviz kuru geçiş etkisinin ne yönde ve ne büyüklükte olduğunun bilinmesi önemlidir. Nitekim birçok gelişmekte olan ülkede döviz kurundaki dalgalanmalar enflasyon riskinin temel kaynağıdır. Türkiye’de de uluslararası sermaye hareketleri yaygın olduğu için döviz kurundaki değişimler oldukça güçlüdür. Özellikle enflasyonist döviz kuru şoklarına karşı para politikası ile müdahale edileceği zaman döviz kuru geçiş etkisinin derecesi ve hızı doğru olarak saptanmalıdır (Dedeoğlu & Kaya, 2015; 80).

Ekonomi literatürü yurtiçi fiyatlar üzerinde döviz kuru dalgalanmalarını birkaç temel mekanizmayla tanımlamaktadır: Bunlar direk etki, dolaylı etki ve doğrudan yabancı yatırımlar etkisidir. Direk mekanizma ulusal parayla ifade edilen ithalat malları fiyatlarındaki ani değişimlerle ilişkilidir (Obstfeld & Rogoff, 2001). Dolaylı mekanizma, hem iç piyasalarda (“ulusal ikameler”) hem de ticaret ortaklarının dış piyasalarında (“yabancı ikameler”) ithalat ve yerel malların karşılıklı olarak ikame edilmesine dayanır. Bu etki döviz kuru dalgalanmalarıyla ithal ve yerli malların nispi fiyatlarındaki değişiklikler nedeniyle ortaya çıkabilir (Engel, 2002; Obstfeld, 2001; ve diğerleri). Doğrudan yabancı yatırımlar yoluyla döviz kurlarının yurt içi fiyatlar üzerindeki etkisiyse, yabancı firmaların üretimini yer değiştirmesi ve buna bağlı olarak doğrudan yabancı yatırımlar kapsamındaki değişikliklere dayanmaktadır (Ponomarev vd., 2016).

Diğer taraftan enflasyon ve faiz oranı arasındaki ilişki de literatürde uzunca bir süredir araştırılmaktadır. Söz konusu ilişkinin teorik temelleri Fisher denkleminde dayanmaktadır. Fisher denklemi aynı zamanda Fisher hipotezi (Fisher, 1930) olarak da bilinir ve bu da faiz oranı ile beklenen enflasyon arasında pozitif bir ilişki olduğunu gösterir. Teknik olarak ifade edilirse, Fisher etkisi nominal faiz oranlarının beklenen enflasyondaki değişmelere ayarlandığını ifade etmektedir. Bununla birlikte, Fisher hipotezi genellikle ABD ve diğer endüstrileşmiş ülkeler üzerinde geçerlidir.

Fisher hipotezinde nominal faiz oranı ile beklenen enflasyon oranı arasında uzun vadeli tutarlı bir işbirliğinin olduğu varsayılır. Tam Fisher etkileri doğrultusunda, para politikasının uygulanmasına yanıt olarak reel faiz oranı sabit kalacaktır. Bu da yanlısına olmaksızın parasal süper tarafsızlık anlamına gelmektedir (Cai, 2018). Ekonomistler arasında beklenmedik enflasyonun makroekonomik performans üzerinde büyük etkisi olduğu konusunda fikir birliği vardır. İstikrarsız enflasyon, yatırım kararlarının ertelenmesine yol açmakta ve daha düşük bir talep ve daha düşük büyüme oranları anlamına gelen satın alma gücünü azaltmaktadır. Buna dayanarak, dünya çapındaki birçok merkez bankası, ekonomide enflasyon belirsizliğinin olumsuz sonuçlarının etkilerini göz önünde bulundurarak para politikasının temel hedefi olarak fiyat istikrarını benimsemiştir (Javed & Khan, 2010; Bhar & Mallik, 2012, Aktaran; Ahmed & Abdelsalem, 2018). Nihayetinde Fisher etkisinin geçerliliğinin, para politikası için önemli etkilerinden dolayı merkez bankaları tarafından dikkate alınması gerekmektedir (Alimi & Ofenyelu, 2013).

Bu çalışmada incelenen bir diğer ilişki faiz oranlarıyla döviz kuru oranları arasındaki ilişkidir. İki finansal değişken arasındaki ilişki sadece politika yapımcılar açısından değil, uygulayıcılar açısından da büyük önem taşımaktadır. Döviz kurları ile faiz oranı farklılıkları arasındaki iletim kanalını analiz etmek, politika yapımcılar için enflasyonu kontrol etmede ve hatta enflasyonun kısır döngüsünü önlemede çok faydalıdır (Sı vd., 2018).

Yukarıdaki teorik açıklamaların ışığında bu çalışmanın temel amacı Türkiye’de başlıca finansal makro ekonomik göstergeler arasındaki ilişkileri ampirik olarak saptamaktır. Bu doğrultuda çalışmada döviz kurunda enflasyona geçiş etkisinin olup olmadığı, döviz kurundan faiz oranına geçiş etkisi olup olmadığı ve enflasyonla faiz oranı arasında ilişki olup olmadığı incelenecektir. Bu kapsamda giriş bölümünün ardından ilgili literatürden örnekler verilmiş, devamında veri ve yönteme değinilmiş, daha sonra ise analiz ve bulgular ifade edilmiş son olarak genel sonuca yer verilmiştir.

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Ulusal ve uluslararası literatür incelendiğinde, temel makroekonomik göstergeler olan döviz kuru, enflasyon ve faiz oranı arasındaki ilişkileri ortaya koymayı amaçlayan çok sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Söz konusu çalışmalar incelendiğinde bu üç değişken arasındaki ikili nedensellik ilişkilerinin araştırıldığı gözlemlenmektedir. Çalışmamızda gelişmiş ya da az gelişmiş ülke ayrımı yapılmaksızın söz konusu nedensellik ilişkileri özetlenecektir. Şüphesiz ki bu ayrımın yapılması diğer bir deyişle ülkelerin kendine has durumlarının dikkate alınması sonucunda daha ilginç bulgulara varılabilir. Nitekim her ülke kendi makroekonomik politika setini oluşturmalı ve uygulamalıdır.

Bu kısımda ilk olarak döviz kuru ve enflasyon ilişkisini açıklamayı hedef alan çalışmalara değinilecektir. Bu ilişki daha ziyade döviz kurundan enflasyona ya da başka bir deyişle döviz kurundan fiyatlara doğru geçiş etkisi var mıdır sorusu üzerine kuruludur. Literatürde çok sayıda çalışmada döviz kurundan enflasyona geçiş etkisinin işlediği bulgulanmıştır (Darvas, 2001; Berument & Paşaoğulları, 2003; Rowland, 2003; Coricelli vd., 2004; Işık vd., 2004; Choudhri & Hakura, 2006; Faruqee, 2006; Gül & Ekinci, 2006; Junior, 2007; Peker & Görmüş, 2008; Beirne & Bijsterbosch, 2011; An & Wang, 2012; Kara & Ögünç, 2012; Sahadudhhen, 2012; Azgün, 2013; Güneş, 2013; Ayvaz Güven & Uysal, 2013; Madesha vd., 2013; Selim & Ayvaz Güven, 2014; Winkelried, 2014; Ali vd., 2015; Kamacı, 2015; Yanamandra, 2015; Cheikh & Louhichi, 2016; Ponomarev vd., 2016; Tunalı & Yalçınkaya, 2016; Bal vd., 2017; Dahiru & Sulong, 2017; Korkmaz, 2017; Okur, 2017; Petek & Çelik, 2017; Akdemir & Özçelik, 2018; Oke & Adetan, 2018; Srithilat vd., 2018). Diğer taraftan döviz kurundan enflasyona geçiş etkisinin olmadığını bulgulayan çalışmalar da mevcuttur (Bayraktutan & Arslan, 2003; Frimpong & Adam, 2010; Jiang & Kim, 2013; Mohanty & Bhanumurthy, 2014; Özdamar, 2015; Ceylan vd., 2017; Dahiru & Sulong, 2017). Görüldüğü üzere literatürdeki çoğu çalışmaya göre döviz kurundan enflasyona geçiş etkisi vardır.

Çalışmamızda ikinci olarak döviz kuru ve faiz ilişkisi ele alınacaktır. Yapılan literatür incelemesinde birçok çalışmada döviz kurundan faiz oranlarına ya da faiz oranlarından döviz kuruna geçiş etkisi olduğu görülmüştür (Sollis & Wohar, 2006; Akçağlayan, 2008; Uysal vd., 2008; Hoffmann & MacDonald, 2009; Byrne & Nagayasu, 2010; Öztürk, 2010; Björnland & Hungnes, 2006; Cambazoğlu & Karaalp, 2012; Ajao & Igbekoyi, 2013; Mamak Ekinci vd., 2016; Demirgil & Türkay, 2017; Oke & Adetan, 2018; Shodipe, 2018; Sı vd., 2018; Samani & Ansari, 2017). Bununla birlikte az sayıda çalışmada bu iki değişken arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır (Karaca, 2005; Choi & Park, 2008; Dreger, 2010). Özetle

literatürdeki birçok çalışmaya göre döviz kurundan faiz oranlarına geçiş etkisi bulunmaktadır.

Yerli ve yabancı literatüre bakıldığında enflasyon ve faiz arasındaki nedensellik ilişkilerinin araştırıldığı da görülmektedir. Söz konusu ilişki çoğu kez Fisher hipotezi çerçevesinde araştırılmıştır. Nitekim bazı çalışmalarda Fisher hipotezinin bütünüyle ya da kısmen geçerli olduğu bulgulanmıştır (Köse vd., 2012; Sahadudhhen, 2012; Alimi & Ofenyelu, 2013; Ayub vd., 2014; Ali vd., 2015; Köksel & Destek, 2015; Tanınmış Yücememiş vd, 2015; Akıncı & Yılmaz, 2015; Doğan vd., 2016; Yıldırım, 2016; Mamak İkinci vd, 2016; Demirgil & Türkay, 2017; Korkmaz, 2017; Samani & Ansari, 2017). Diğer taraftan Yılancı (2009) çalışmasında Fisher etkisinin geçersiz olduğu sonucuna ulaşmıştır. Sonuç olarak literatürdeki birçok çalışmaya göre Fisher hipotezinin geçerli olduğu söylenebilir.

Literatürde yukarıda değinilen ilişkilere ek olarak farklı bakış açılarıyla farklı bulgulara ulaşan çalışmalar da mevcuttur. Bredin vd. (2002)’ne göre faiz oranlarından borç verme oranlarına doğru tamamlanmamış bir geçiş etkisi (pass-through) vardır. Masatçı & Darıcı (2006)’ya göreyse faiz oranını belirleyen içsel faktörler kamu harcamaları, enflasyon ve reel gelirdir. Dışsal faktör olan ABD faiz oranlarının Türkiye’nin faiz oranları üzerinde etkisi yoktur. Mehrotra (2007) çalışmasında Japonya ve Hong Kong’da döviz kuru şoklarının fiyatlar üzerinde istatistiksel açıdan önemli etkiye sahip olduğu sonucuna varmıştır. Söz konusu yazara göre faiz oranı şokları Japonya’da ve Hong Kong’da etkilidir. Çin’de faiz oranı önemli bir politika aracı değildir ve hem döviz kuru hem de faiz şokları fiyatlar üzerinde etkili değildir. Diğer taraftan Sever & Mızrak (2007)’a göre döviz kuru, faiz ve enflasyon hem kendi hem de birbirleri üzerindeki şoklardan etkilenmektedirler. Fakat döviz kuru daha dışsal yani daha belirleyicidir. Dahası faiz oranları artan kamu borçlanmaları nedeniyle yükselen risk priminden etkilenmektedir. Bir başka çalışmada Cheung vd. (2008) Çin’deki faiz oranları üzerinde ABD faiz oranlarının etkisinin oldukça zayıf olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Sek (2009)’e göreyse enflasyon hedeflemesine geçildikten sonra para politikasının döviz kuru ve faiz oranları üzerindeki etkisi azalmıştır. Diğer yandan Çiçek (2010) çalışmasında döviz piyasalarından devlet iç borçlanma senetlerine doğru doğru fiyat yayılma etkisinin olduğunu göstermiştir. Araştırmacıya göre devlet iç borçlanma senetlerinden döviz piyasasına doğru anlamlı fiyat yayılma etkisi mevcuttur. Ek olarak Asari vd. (2011)’e göre enflasyon faiz oranının ve faiz oranı da döviz kurunun nedenidir. Uzun dönemde faiz oranı döviz kuru volatilitesi üzerinde pozitif, enflasyon döviz kuru volatilitesi üzerinde negatif etkiye sahiptir. Bununla birlikte Öztürk & Turgut (2011) çalışmalarında döviz kurları ile faiz oranları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır sonucunu

elde etmişlerdir. Buna göre faiz oranlarıyla fiyatlar genel düzeyi arasında negatif ve istatistiksel olarak anlamlı fakat iktisadi açıdan tartışmalı uzun dönemli bir ilişki vardır. Delatte & Villavicencio (2012)'ya göre uzun dönemde devalüasyon revalüasyona göre fiyatlar üzerinde daha büyük oranda geçiş etkisine sahiptir. Diğer taraftan Aristei & Gallo (2014)'ya göre kriz döneminde faiz oranlarından fiyatlara geçiş etkisi azalmıştır. Hristov vd. (2014)'nin çalışmalarının sonucuna göreyse faiz oranından fiyatlara geçiş etkisi finansal kriz öncesinde tamamlanmıştır. Fakat finansal krizden sonra geçiş etkisi azalmış bu da para politikasının etkinliğini azaltmıştır. Diğer yandan Şen-Taşbaşı (2014)'na göreyse kriz öncesi ve sonrası döviz kuru oynaklığı ile faiz oranı oynaklığı arasında değiş-tokuş ilişkisi vardır. Kriz dönemindeyse iki değişken arasında pozitif bir ilişki gözlemlenmiştir. Gerlach & Stuart (2015)'e göre para arzı şokları fiyatlar üzerinde etkilidir. Faiz şokları da faiz oranları ve çıktı üzerinde etkilidir. Saraçoğlu vd. (2015) çalışmalarında FED açıklaması öncesi dönemde faizden enflasyona ve döviz kurundan enflasyona tek yönlü nedensellik olduğu sonucuna varmışlardır. FED açıklaması sonrası dönemdeyse faizle enflasyon arasında çift yönlü ve faizden döviz kuruna tek yönlü nedensellik vardır. Hayek & Horvath (2016)'a göreyse döviz kurundan tüketici fiyatlarına geçiş etkisi şoktan (2008) sonraki dokuz ve on üçüncü aylarda belirgin olmaktadır. Alt bileşenlerdeyse gıda fiyatlarında geçiş etkisi en yüksektir. Bununla birlikte Büyükkın vd. (2009) çalışmalarında para politikası şoklarının fiyatlar üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu açıklamışlardır. Bununla birlikte döviz kuru parasal aktarım mekanizmasında önemli rol oynamaktadır. Son olarak Ito & Sato (2008)'ya göre 1997-1998 Asya Krizi sırasında döviz kurundan ithal fiyatlara geçiş etkisi oldukça yüksektir. Döviz kurundan tüketici fiyatları endeksine geçiş etkisiyse düşüktür.

VERİ VE YÖNTEM

Çalışmada belirlenen amaç doğrultusunda Türkiye'de faiz oranı, döviz kuru ve enflasyon oranı arasındaki ayrı ayrı ilişkilerin tespit edilmesinde zaman serisi analizleri kullanılacaktır. Ekonometrik zaman serileri son yıllarda birçok bilim dalında sıklıkla kullanılmaktadır. Veri kaynaklarındaki artış ve daha iyi tahminleme yapan yöntemlerin geliştirilmesi nedeniyle söz konusu alan giderek daha fazla ilgi görmektedir.

Veri Seti

Çalışmada kullanılan veriler, seçilen dönemler ve hangi kaynaklardan elde edildiği Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Veri Seti ve Tanımlamalar

Kısaltma	Veri Tanımı	Dönem (Aylık)	Kaynak
DK	Döviz Kuru (ABD Doları, Döviz Alış, Aylık Ortalama)	2003M1-2018M4	TCMB EVDS
ENF	Enflasyon (Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE), 2003=100, Aylık Ortalama)	2003M1-2018M4	TCMB EVDS
FA	Faiz Oranı (%) (TL Üzerinden Bankalarca Açılan Tüketici (İhtiyaç) Krediler, Aylık Ortalama)	2003M1-2018M4	TCMB EVDS

Çalışmada kullanılan verilere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri

Değişken	Gözlem	En Küçük	En Büyük	Std. Sapma	Ortalama	Jaque.-Bera (Olasılık)
DK	184	1,170	4,054	0,746	1,927	55,656 (0,000)
ENF	184	94,770	342,780	66,703	190,362	11,882 (0,002)
FA	184	11,820	56,232	8,458	21,011	273,29 (0,000)

Yöntem

Zaman serileri durağan değilse yani birim kök içeriyorlarsa klasik regresyon analizi sonuçları sahte olabilir. Bu nedenle her bir zaman serisinin öncelikle durağanlık sınaması yapılmalıdır. Literatürde durağanlığı araştırabilmek için kullanılan en yaygın yöntem Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) testidir.

Serilerin sabit veya trend içermesine bağlı olarak aşağıdaki üç ADF modeli kullanılmaktadır (Enders, 2010: 207).

$$\Delta Y_t = \gamma Y_{t-1} + \sum_{i=2}^p \beta \Delta Y_{t-i+1} + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \gamma Y_{t-1} + \sum_{i=2}^p \beta \Delta Y_{t-i+1} + \varepsilon_t \quad (2)$$

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \alpha_2 t + \gamma Y_{t-1} + \sum_{i=2}^p \beta \Delta Y_{t-i+1} + \varepsilon_t \quad (3)$$

Burada α_0 sabit terimi, $\alpha_2 t$ trendi, p gecikme uzunluğunu ve ε_t hata terimini temsil etmektedir. Yukarıdaki modellerde $H_0: \gamma = 0$ hipotezi test edilmektedir. ADF testinde uygun gecikme uzunluğunun tespiti son derece önemlidir. Gecikme uzunluğunun belirlenmesi için literatürde sıklıkla kullanılan Akaike Bilgi Kriteri (AIC), Schwarz Kriteri (SC) ve Hannan Quin (HQ) kriteri gibi yöntemler bulunmaktadır. Söz konusu kriterler arasında rakamsal açıdan en küçük olan değer uygun gecikme uzunluğu olduğu kanaatine varılır.

Literatürde ADF testinin güvenilirliğini arttırmak için Philips-Perron (PP) ve Kwiatkowski-Philips-Schmidt-Shin (KPSS) gibi birim kök testleri de kullanılmaktadır.

Serilerin durağanlık düzeyleri belirlendikten sonra eşbütünleşme analizine geçilebilir. Eşbütünleşme iki seri arasındaki uzun dönemde en az bir ortak vektörün bulunması durumudur. Söz konusu analizle ele alınan serilerin uzun dönemde ilişkili olup olmadığı sonucuna varılır. Literatürde klasik eşbütünleşme yöntemlerinin yanı sıra birçok yeni yöntem bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi de ARDL Sınır Testi yaklaşımıdır. ARDL testi klasik eşbütünleşme yöntemlerinden farklı olarak farklı seviyelerde durağan olan (Örneğin; $I(0)$ ve $I(1)$) seriler için de kullanılır.

ARDL yöntemine esas olan örnek kısıtsız hata düzeltme modeli (UECM) şöyledir.

$$\Delta y_t = \alpha + \sum_{i=1}^m \beta_1 \Delta y_{t-i} + \sum_{i=1}^p \beta_2 \Delta x_{1t-i} + \beta_3 y_{t-1} + \beta_4 x_{t-1} + e_t \quad (4)$$

Yukarıdaki eşitlikte;

$H_0: \beta_3 = \beta_4 = 0$ (Eşbütünleşme yoktur)

$H_1: \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ (Eşbütünleşme vardır),

hipotezleri sınanmaktadır.

ARDL testinde hesaplanan kritik değer (F İstatistiği) sınır değerlerinin üzerindeyse değişkenlerin eşbütünleşik olduğu, yine hesaplanan kritik değer sınır değerlerinin altında ise eşbütünleşmenin olmadığı ve son olarak da hesaplanan kritik değer sınır değerlerinin arasındaysa bir karara varılamayacağı çıkarımlarında bulunulabilir.

Değişkenler arasındaki uzun dönemli eşbütünleşme ilişkisi belirlendikten sonra söz konusu değişkenler arasındaki nedenselliğin yönünü belirlemek için Toda-Yamamoto (1995) tarafından geliştirilen yöntem kullanılacaktır.

Toda-Yamamoto nedensellik analizi standart “Granger Nedensellik” testinin geliştirilmiş halidir. Nitekim Toda-Yamamoto yönteminin Granger’ın yönteminden bazı üstünlükleri vardır. Örneğin, Granger’ın yöntemi durağan ya da aynı dereceden durağan olan serilere uygulanabilirken, Toda-Yamamoto analizi farklı seviyelerde durağan olan serilere de uygulanabilmektedir. Yöntemin bir diğer üstünlüğü seriler arasındaki koentegre ilişkinin olup olmamasından bağımsız olmasıdır (Toda & Yamamoto, 1995).

Toda-Yamamoto yönteminde ilk olarak serilerin durağanlık seviyelerine bakılmaksızın standart vektör otoregresif model (VAR) kurulur. Daha sonra VAR modelinin gerçek gecikme uzunluğuna (k) serilerin maksimum entegrasyon derecesi (d_{max}) eklenerek ($k+d_{max}$) elde edilir. Bu prosedürde maksimum entegrasyon derecesinin (d_{max}), VAR modelinin gecikme uzunluğunu (k) aşmaması gerekmektedir. Modifiye edilmiş WALD (MWALD) testiyle tahmin edilen model aşağıdaki eşitlikte gösterildiği gibidir.

$$Y_t = a_0 + \sum_{i=1}^k a_{1i} Y_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{k+d_{max}} a_{2j} Y_{t-j} + \sum_{i=1}^k \phi_{1i} X_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{k+d_{max}} \phi_{2j} X_{t-j} + \varepsilon_{1t} + \quad (5)$$

$$X_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^k \beta_{1i} X_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{k+d_{max}} \beta_{2j} X_{t-j} + \sum_{i=1}^k \delta_{1i} Y_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{k+d_{max}} \delta_{2j} Y_{t-j} + \varepsilon_{2t} \quad (6)$$

Yukarıdaki modelde $\phi_{1i} = 0, \forall i$ hipotezi test edilmektedir. Söz konusu hipotez reddedilirse X’ten Y’ye doğru bir nedensellik vardır. Kabul edilirse X’ten Y’ye doğru bir nedensellik yoktur. Benzer şekilde $\delta_{1i} = 0, \forall i$ hipotezi reddedilirse Y’den X’ doğru bir nedensellik vardır. Kabul edilirse Y’den X’e doğru bir nedensellik yoktur.

ANALİZLER VE BULGULAR

Döviz kuru, enflasyon ve faiz arasındaki eşbütünleşme ve nedensellik analizine geçmeden önce serilerin durağanlığı ADF, PP ve KPSS standart birim kök analizleriyle test edilmiştir. Söz konusu testin sonuçları Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 3: Birim Kök Analizi***

Model Özelliği	ADF		PP		KPSS		Sonuç
	Düzyey	İlk Fark (Δ)	Düzyey	İlk Fark (Δ)	Düzyey	İlk Fark (Δ)	
Sabit Terimli	2,46	-9,29	-2,52	-8,69	1,38	0,91	I (1)
DK Trendli ve Sabit Terimli	-0,61	-10,15	-0,51	-8,91	0,41	0,03	I (1)
Trendsiz ve Sabit Terimsiz	3,00	-8,91	-2,98	-8,57	-	-	I (0)
Sabit Terimli	5,85	-0,69	6,94	-9,69	1,74	2,09	I (0)
ENF Trendli ve Sabit Terimli	-3,56	-9,20	-4,74	-10,34	0,40	0,18	I (1)
Trendsiz ve Sabit Terimsiz	-8,56	-0,66	16,74	-6,08	-	-	I (0)
Sabit Terimli	-3,47	-9,45	-3,65	-9,37	1,12	0,43	I (1)
FA Trendli ve Sabit Terimli	-2,90	-9,73	-2,72	-9,64	0,32	0,05	I (1)
Trendsiz ve Sabit Terimsiz	-2,33	-9,38	-2,56	-9,31	-	-	I (1)

*Kritik Değerler: ADF ve PP (McKinnon (1996)): Sabit Terimli %1 (-3,46), %5 (-2,87), %10 (-2,57), Trendli ve Sabit Terimli: %1 (-4,00), %5 (-3,43), %10 (-3,14), Trendsiz ve Sabit Terimsiz: %1 (-2,57), %5 (-1,94), %10 (-1,61), KPSS (Kwiatkowski-Philips-Schmidt-Shin (1992, Table 1)): Sabit Terimli: %1 (0,73), %5 (0,46), %10 (0,34), Trendli ve Sabit Terimli: %1 (0,21), %5 (0,14), %10 (0,11).**Analizde maksimum gecikme uzunluğu 13 olarak belirlenmiş ve model seçim kriteri olarak Schwarz Bilgi Kriteri (SC) kullanılmıştır.

Yapılan birim kök testi sonucunda tüm serilerin düzey değerlerinde durağan olmadığı ve birinci farkları alındığı zaman durağan olduğu görülmektedir. Serilerin birim kök analizi yapıldıktan sonra döviz kuru-enflasyon, döviz kuru-faiz oranı ve enflasyon-faiz oranı ilişkileri ARDL sınır testi yaklaşımı ve Toda-Yamamoto (1995) nedensellik analiziyle incelenecektir.

Döviz Kuru ve Enflasyon İlişkisi

Döviz kuru ve enflasyon arasındaki ilişkiyi analiz etmek için öncelikle uygun gecikme uzunluğu tespit edilmelidir. Gecikme uzunluğunun tespiti için bilgiler Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: Gecikme Uzunluğunun Tespiti

Gecikme (k)	AIC	SC	HQ	Sonuç
0	11,57463	11,61011	11,58902	AIC ve HQ kriterlerine göre uygun gecikme uzunluğu 3’tür. Üçüncü gecikmede LM testi sonucuna göre otokorelasyon yoktur. (Olasılık: 0,2448)
1	0,915146	1,021578	0,958299	
2	0,803809	0,981195*	0,875731	
3	0,744028*	0,992369	0,844719*	
4	0,757110	1,076405	0,886570	

Döviz kuru ile enflasyon arasındaki uzun dönemli ilişkiyi belirlemek üzere yapılan F testi ve kritik değerler Tablo 5’te sunulmuştur.

Tablo 5: F istatistiği Karşılaştırma Tablosu (Sınır Testi)

Bağımsız Değişken Sayısı (k)	F Değeri	Kritik Değerler (% 5)	
		Alt Sınır	Üst Sınır
1	3,19	3,62	4,16

Sınır testi sonucunda hesaplanan F değeri tablo kritik değerlerinin altında olduğu için döviz kuru ile enflasyon arasında eşbütünleşme ilişkisi yoktur.

Seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi araştırıldıktan sonra nedenselliğin varlığı ve yönü hakkında bilgi sahibi olmak için Toda-Yamamoto (1995) nedensellik testi yapılacaktır. Döviz kuru ve enflasyon arasındaki Toda-Yamamoto nedensellik analizi sonuçları Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6: Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları*

Bağımlı Değişken	MWALD İSTATİSTİKLERİ		d_{max}	Gecikme (k)	Nedenselliğin Yönü
	DK	ENF			
DK	-	3,56 [0,3120]	1	3	ENF \longleftarrow DK
ENF	6,70 [0,0821]	-			DK \longrightarrow ENF

*Köşeli parantez içindeki değerler olasılık değerleridir.

Toda-Yamamoto nedensellik testine göre enflasyondan döviz kuruna nedensellik yoktur. Döviz kurundan enflasyona ise % 10 anlamlılık düzeyinde nedensellik vardır.

Döviz Kuru ve Faiz İlişkisi

Döviz kuru ve faiz arasındaki ilişkiyi analiz etmek için uygun gecikme uzunluğu Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Gecikme Uzunluğunun Tespiti

Gecikme (k)	AIC	SC	HQ	Sonuç
0	8,959748	8,995226	9,974133	AIC kriterine göre uygun gecikme uzunluğu 3'tür. Üçüncü gecikmede LM testi sonucuna göre otokorelasyon yoktur (Olasılık: 0,9215). İkinci gecikme otokorelasyonludur.
1	0,328005	0,434437	0,371159	
2	0,043221	0,220608*	0,115144*	
3	0,016007*	0,264348	0,116698	
4	0,042629	0,361924	0,172089	

Döviz kuru ile faiz arasındaki uzun dönemli ilişkiyi belirlemek üzere yapılan F testi ve kritik değerler Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8: F istatistiği Karşılaştırma Tablosu (Sınır Testi)

Bağımsız Değişken Sayısı (k)	F Değeri	Kritik Değerler (% 5)	
		Alt Sınır	Üst Sınır
1	5,87	3,62	4,16

Sınır testi sonucunda hesaplanan F değeri tablo kritik değerlerinin üzerinde olduğu için döviz kuru ile faiz oranı arasında eşbütünleşme ilişkisi vardır. Diğer bir ifadeyle ARDL sınır testi yaklaşımına göre döviz kuru değişkeni ile faiz değişkeni uzun dönemde beraber hareket etmektedirler.

Döviz kuru ile faiz arasındaki Toda-Yamamoto (1995) nedensellik analizi Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo 9: Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları*

Bağımlı Değişken	MWALD İSTATİSTİKLERİ		d _{max}	Gecikme (k)	Nedenselliğin Yönü
	DK	FA			
DK	-	5,85 [0,1187]	1	3	FA — DK
FA	18,46 [0,0004]	-			DK → FA

*Köşeli parantez içindeki değerler olasılık değerleridir.

Toda-Yamamoto nedensellik testine göre faizden döviz kuruna doğru nedensellik yoktur. Döviz kurundan faize doğru ise nedensellik vardır. Buna göre döviz kurundaki değişimler faizi etkilemektedir.

Enflasyon ve Faiz İlişkisi

Enflasyon ve faiz arasındaki ilişkiyi analiz etmek için uygun gecikme uzunluğu Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10: Gecikme Uzunluğunun Tespiti

Gecikme (k)	AIC	SC	HQ	Sonuç
0	17,56022	17,59570	17,57461	AIC ve HQ kriterlerine göre uygun gecikme uzunluğu 3’tür. Üçüncü gecikmede LM testi sonucuna göre otokorelasyon yoktur. (Olasılık: 0,5787)
1	6,647841	6,754273	6,690995	
2	6,573627	6,751014*	6,645550	
3	6,529659*	6,778000	6,630351*	
4	6,546239	6,865534	6,675699	

Enflasyon ile faiz arasındaki uzun dönemli ilişkiyi belirlemek üzere yapılan F testi ve kritik değerler Tablo 11’de sunulmuştur.

Tablo 11: F istatistiği Karşılaştırma Tablosu (Sınır Testi)

Bağımsız Değişken Sayısı (k)	F Değeri	Kritik Değerler (% 5)	
		Alt Sınır	Üst Sınır
1	22,37	3,62	4,16

Sınır testi sonucunda hesaplanan F değeri tablo kritik değerlerinin üzerinde olduğu için enflasyon ve faiz arasında eşbütünleşme ilişkisi vardır. Diğer bir deyişle enflasyon değişkeni ile faiz değişkeni uzun dönemde ortak hareket etmektedirler.

Enflasyon ile faiz arasındaki Toda-Yamamoto (1995) nedensellik analizi Tablo 12’de sunulmuştur.

Tablo 12: Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları*

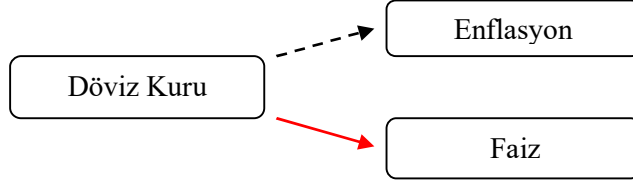
Bağımlı Değişken	MWALD İSTATİSTİKLERİ		d_{max}	Gecikme (k)	Nedenselliğin Yönü
	ENF	FA			
ENF	-	1,70 [0,6366]	1	3	FA — ENF
FA	3,28 [0,3500]	-			ENF — FA

*Köşeli parantez içindeki değerler olasılık değerleridir.

Toda-Yamamoto nedensellik testine göre faizden enflasyona doğru ve enflasyondan faize doğru nedensellik yoktur.

Nedensellik analizleri sonucunda üç değişken arasındaki nedensellik ilişkileri Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1: Nedensellik İlişkileri Özeti



—→ : % 1 anlamlılıkla tek yönlü nedensellik.

- - - - -> : % 10 anlamlılıkla tek yönlü nedensellik.

SONUÇ

Çalışmada yapılan ekonometrik analizler sonucunda elde edilen bulgulara göre döviz kuru ile faiz oranı arasında ve faiz oranı ve enflasyon arasında uzun dönemli ilişki olduğu bu değişkenlerin uzun vadede birlikte hareket ettiği tespit edilmiştir. Değişkenler arasında döviz kurundan enflasyona ve faiz oranına doğru tek yönlü nedensellik olduğu yani döviz kurunun faiz oranının veya enflasyonun nedeni olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Bulunan sonuçlar değerlendirildiğinde Türkiye’de döviz kurundan faiz oranlarına ve enflasyona doğru geçiş etkisinin varlığı ispatlanmaktadır. Bulunan bu sonuç literatürdeki ve teorideki sonuçlarla uyumludur. Sonuçlar literatürdeki çalışmalarla karşılaştırıldığında, Coricelli & diğerleri (2004), Kamacı (2015), Okur (2017), Petek & Çelik (2017)’in sonuçlarıyla benzer, Ponomarev (2016), Samani & Ansari (2017), Shodipe (2018), Sı & diğerleri (2018)’nin sonuçlarıyla da kısmen uyumludur.

Diğer taraftan döviz kuru ile enflasyon arasında ise uzun dönemli bir ilişki tespit edilememiş olup, bu iki değişkenin kısa vadede beraber hareket ettiği düşünülmektedir. Diğer taraftan faiz oranı ile enflasyon arasında ise kısa dönemde herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır. Bulunan uzun dönemli sonuçlar Fisher hipotezinin Türkiye’de işlediğini doğrulamaktadır. Bulunan bu sonuçlar literatürdeki diğer çalışmalarla karşılaştırıldığında Asari (2011), Alimi & Ofenyalu (2013), Ayub (2014), Köksel & Destek (2015)’in sonuçlarıyla uyumludur.

Özetle çalışmada döviz kurundan faiz oranına ve enflasyona geçiş etkisinin olduğu ve Türkiye’de Fisher hipotezinin işlediği bulgulanmıştır. Bu çalışma birden fazla ülkenin verilerine yatay kesit analizleri veya panel veri analizleri uygulanarak geliştirilebilir.

Yukarıda da değinildiği üzere Türkiye’de döviz kurunun diğer makroekonomik göstergeler üzerinde güçlü bir etkisinin olduğu başka bir deyişle

döviz kurunun en dışsal makroekonomik değişkenlerden biri olduğu görülmüştür. Döviz kuru özellikle faiz oranları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu bulgulardan yola çıkılarak Türkiye’de politika yapıcıların temel makroekonomik gösterge olarak döviz kurunu dikkate almaları önerilir. Nitekim bu çalışmaya göre Türkiye’de kurdaki hareketlenmelerin kontrol edilmesi diğer temel makroekonomik göstergelerin de belirli ölçülerde kontrol edilmesi anlamına gelmektedir.

KAYNAKÇA

Ahmed, D. A., & Abdelsalam, M. A. M. (2018). Inflation instability impact on interest rate in Egypt: Augmented Fisher Hypothesis Test. *Applied Economics and Finance*, 5(1), 1-13.

Ajao, M. G. & Igbekoyi, O. E. (2013). The determinants of real exchange rate volatility in Nigeria. *Academic Journal Of Interdisciplinary Studies*, 2(1), 459-471.

Akçağlayan, A. (2008). 2001 krizinde uygulanan faiz politikasının döviz kuru üzerindeki etkisi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(16).

Akdemir, S. & Özçelik, M (2018). Döviz kurlarının yurtiçi fiyatlara geçiş etkisi: Türkiye ekonomisi 2003-2017 dönemi uygulaması. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(1), 35-50.

Akıncı, M. & Yılmaz, Ö. (2016). Enflasyon-faiz oranı takası: Fisher hipotezi bağlamında Türkiye ekonomisi için dinamik en küçük kareler yöntemi. *Sosyoekonomi*, 24(27), 33-55.

Ali, T. M., Mahmood, M. T. & Bashir, T. (2015). Impact of interest rate, Inflation and money supply on exchange rate volatility in Pakistan. *World Applied Sciences Journal*, 33(4), 620-630.

Alimi, S. R. & Ofenyelu, C. O. (2013). Toda-Yamamoto causality test between money market interest rate and expected inflation: The Fisher Hypothesis Revisited. *European Scientific Journal*, 9(7). 125-142.

An, L. & Wang, J. (2012). Exchange rate pass-through: Evidence based on vector autoregression with sign restrictions. *Open Econ Rev.*, 23, 359-380.

Aristei, D. & Gallo, M. (2014). Interest rate pass-through in the Euro area during the financial crisis: A multivariate regime-switching approach. *Journal of Policy Modeling*, 36, 273-295.

Asari, F. F. A., Baharuddin, N. S., Jusoh, N., Mohamad, Z., Shamsudin, N. & Jusoff, K. (2011). A Vector Error Correction Model (VECM) approach in explaining the relationship between interest rate and inflation towards exchange rate volatility in Malaysia. *World Applied Sciences Journal*, 12, 49-56.

Ayub, G., Rehman, N. U., Iqbal, M., Zaman, Q. & Atif, M. (2014). Relationship between inflation and interest rate: Evidence from Pakistan. *Research Journal of Recent Sciences*, 3(4), 51-55.

Azgün, S. (2013). Türkiye’de döviz kuru hareketlerinin iç fiyatlara (İthalat fiyatları, ÜFE ve TÜFE) Geçişi. *Sosyoekonomi*, 2, 93-106.

Bal, H., Demiral, M. & Yetiz, F. (2017). Döviz kurunun yurtiçi fiyatlara yansımaları: OECD ülkelerinden bulgular. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 21(2), 133-151.

Bayraktutan, Y. & Arslan, İ. (2003). Türkiye’de döviz kuru, ithalat ve enflasyon ilişkisi: Ekonometrik analiz (1980-2000). *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(2), 89-104.

Beirne, J. & Bijsterbosch, M. (2011). Exchange rate pass-through in central and eastern European EU Member States. *Journal of Policy Modeling*, 33, 241-254.

Berument, H. & Paşaoğulları, M. (2003). Effects of the real exchange rate on output and inflation: Evidence from Turkey. *The Developing Economies*, 4, 401-435.

Björnland, H. C. & Hungnes, H. (2006). The importance of interest rates for forecasting the exchange rate. *Journal of Forecasting*, 25, 209-221.

Bredin, D., Fitzpatrick, T. & Reilly, G. (2002). Retail interest rate pass-through: The Irish experience, *The Economic and Social Review*, 33(2), 223-246.

Büyükakın, F., Cengiz, V. & Türk, A. (2009). Parasal aktarım mekanizması: Türkiye’de döviz kuru kanalının VAR analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(1), 171-191.

Byrne, J. P. & Nagayasu, J. (2010). Structural breaks in the real exchange rate and real interest rate relationship. *Global Finance Journal*, 21, 138-151.

Cai, Y. (2018). Testing the Fisher Effect in the US. *Economics Bulletin*, 38(2), 1-15.

Cambazoğlu, B. & Karaalp, H. S. (2012). Parasal aktarım mekanizması döviz kuru kanalı: Türkiye örneği. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 19(2), 53-66.

Ceylan, F., Kahyaoğlu, H., Tüzün, O. & Ekinci, R. (2017). Enflasyon ve döviz kurları arasında ortak doğrusal olmayan geçişkenlik. “*Economic and Social Impacts of Globalization konferansında sunulmuş bildiri, Proceeding Book*, 24-30.

Cheikh, N. B. & Louhichi, W. (2016). Revisiting the role of inflation environment in exchange rate pass-through: A panel threshold approach. *Economic Modelling*, 52, 233-238.

Cheung, Y. W., Tam, C. D. & Yiu, M. S. (2008). Does the Chinese interest rate follow the us interest rate?. *International Journal of Finance and Economics*, 13, 53-67.

Choi, I. & Park, D. (2008). Causal relation between interest and exchange rates in the Asian currency crisis. *Japan and the World Economy*, 20, 435-452.

Choudhri, E. U. & Hakura, D. S. (2006). Exchange rate pass-through to domestic prices: Does the inflationary environment matter? *Journal of International Money and Finance*, 25, 614-639.

Coricelli, F., Jazbec, B. & Masten I. (2004). Exchange rate pass-through in acceding countries: The role of exchange rate regimes, *EUI Working Paper/16*, 1-32.

Çiçek, M. (2010). Türkiye’de faiz, döviz ve borsa: Fiyat ve oynaklık yayılma etkileri, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(2), 1-28.

Dahiru, H. & Sulong, Z. (2017). The determinants of inflation in nigeria from 1970-2014. *World Applied Sciences Journal*, 35(10), 2202-2214.

Darvas, Z. (2001). Exchange rate pass-through and real exchange rate in EU candidate countries. *Discussion paper 10/01 Economic Research Centre of the Deutsche Bundesbank*, 1-68.

Dedeoğlu, D. & Kaya H., (2015). Model belirsizliği altında döviz kurunun enflasyona etkisi. *Central Bank Review*, 15(2), 79-93.

Delatte, A. L. & Villavicencio, A. L. (2012). Asymmetric exchange rate pass-through: Evidence from major countries. *Journal of Macroeconomics*, 34, 833–844.

Demirgil, B. & Türkay, H. (2017). Türkiye’de faiz oranlarını etkileyen faktörler: bir ARDL/Sınır testi uygulaması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(3), 907-928.

Dickey, D. A. & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American Statistical Association*, 74 (366), 427-431.

Doğan, B., Eroğlu, Ö. & Değer, O. (2016). Enflasyon ve faiz oranı arasındaki nedensellik ilişkisi: Türkiye örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 405-425.

Dreger, C. (2010). Does the nominal exchange rate regime affect the real interest parity condition? *North American Journal of Economics and Finance*, 21, 274-285.

Ekinci, E. B. M. (2016). Parametrik olmayan regresyon analizi: Faiz oranı, enflasyon ve döviz kuru arasındaki ilişkinin incelenmesi örneği. *Bankacılık ve Sigortacılık Araştırmaları Dergisi*. 2(9), 28-37.

Enders, W. (2010). *Applied Time Series Econometrics*. New York: Wiley.

Engel, C. (2002). The responsiveness of consumer prices to exchange rates and the implications for exchange rate policy: A survey of a few recent new open-economy. *NBER Working Paper*, No: 8725.

Faruqee, H. (2006). Exchange rate pass-through in the Euro Area. *International Monetary Fund Staff Papers*, 53(1), 63-88.

Frimpong, S. & Adam, A. M. (2010). Exchange rate pass-through in Ghana. *International Business Research*, 3(2), 186-192.

Gerlach, S. & Stuart, R. (2015). Money, interest rates and prices in Ireland, 1933-2012. *Irish Economic and Social History*, 42, 1-32.

Gül, E. & Ekinci, A. (2006). Türkiye’de enflasyon ve döviz kuru arasındaki nedensellik ilişkisi: 1984-2003. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 91-105.

Güneş, Ş. (2013). Türkiye’de kur rejimi uygulaması ve enflasyon ilişkisi üzerine bir analiz. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 65-77.

Güven, E. T. A. & Uysal, D. (2013). Türkiye’de döviz kurlarındaki değişme ile enflasyon arasındaki ilişki (1983-2012). *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 5(9), 141-156.

Hajek, J. & Horvath, R. (2016). Exchange rate pass-through in an emerging market: The case of the Czech Republic. *Emerging Markets Finance and Trade*, 52, 2624-2635.

Hoffmann, M. & MacDonald, R. (2009). Real exchange rates and real interest rate differentials: A present value interpretation. *European Economic Review*, 53, 952-970.

Hristov, N., Hülselwig, O. & Wollmershauser (2014). The interest rate pass-through in the Euro area during the global financial crisis. *Journal of Banking & Finance*, 48, 104-119.

Işık, N., Acar, M. & Işık, H. B. (2004). Enflasyon ve döviz kuru ilişkisi: Bir eşbütünleşme analizi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 325-340.

Ito, T. & Sato, K. (2008). Exchange rate changes and inflation in post-crisis Asian economies: Vector Autoregression Analysis of the exchange rate pass-through. *Journal of Money, Credit and Banking*, 40(7), 1407-1438.

Jiang, J. & Kim D. (2013). Exchange rate pass-through to inflation in China, *Economic Modelling*, 33, 900-912.

Junior, R. P. N. (2007). Inflation targeting and exchange rate pass-through. *Economics Application*, 11(2), 189-208.

Kamacı, A. (2015). Enflasyon ve döviz kuru ilişkisi: 25 avrupa birliği ülkesi için panel eşbütünleşme ve nedensellik analizi. *Sakarya İktisat Dergisi*, 1, 89-111.

Kara, H. & Ögünç, F. (2012). Döviz kuru ve ithalat fiyatlarının yurt içi fiyatlara etkisi. *İktisat İşletme ve Finans*, 27(317), 1-20.

Karaca, O. (2005). Türkiye’de faiz oranı ile döviz kuru arasındaki ilişki: Faizlerin düşürülmesi kurları yükseltir mi?., *Discussion Paper, Turkish Economic Association*, No. 2005/14.

Korkmaz, Ö. (2017). Enflasyon oranını etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Türkiye üzerine bir uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(2), 109-142.

Köksel, B. & Destek, M. A. (2015). Türkiye ekonomisinde Fisher hipotezinin test edilmesi: 2002-2014 dönemi üzerine bir ampirik analiz. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(41), 1247-1253.

Köse, N., Emirmahmutoğlu, F. & Aksoy, S. (2012). The interest rate–inflation relationship under an inflation targeting regime: The case of Turkey. *Journal of Asian Economics*, 23, 476-485.

Kwiatkowski, D., Phillips, P. C., Schmidt, P. & Shin, Y. (1992). Testing the null hypothesis of stationarity against the alternative of a unit root. *Journal of Econometrics*, 54, 159-178.

Mackinnon, J. G. (1996). Numerical Distribution Functions for Unit Root and Cointegration Tests. *Journal of Applied Econometrics*. 11, 601-618.

Madesha, W., Chidoko, C. & Zivanomoyo, J. (2013). Empirical test of the relationship between exchange rate and inflation in Zimbabwe. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 4(1), 52-59.

Masatçı, K. & Darıcı, B. (2006). Türkiye’de faiz oranlarının belirlenmesinde içsel ve dışsal faktörlerin rolü. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6, 18-31.

Mehrotra, A. N. (2007). Exchange and interest rate channels during a deflationary era: Evidence from Japan, Hong Kong and China. *Journal of Comparative Economics*, 35, 188-210.

Mohanty, B. & Bhanumurthy, N. R. (2014). Exchange rate regimes and inflation: Evidence from India. *International Economic Journal*, 28(2), 311-332.

Obstfeld, M. (2001). International macroeconomics: Beyond the Mundell–Fleming model. *NBER Working Paper*, No:8369.

Obstfeld, M., & K. Rogoff (2001). The six major puzzles in international macroeconomics: Is there a common cause? *NBER Macroeconomics Annual*, 15, 339-412.

Oke, M. O. & Adetan, T. T. (2018). An empirical analysis of the determinants of exchange rate in Nigeria. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 6(5), 412-423.

Okur, A. (2017). Türkiye ekonomisinde faiz oranı ve döviz kurunun enflasyon hedefi üzerine etkisi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(13), 146-164.

Özdamar, G. (2015). türkiye ekonomisinde döviz kuru geçiş etkisi: ARDL-sınır testi yaklaşımı bulguları. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 32, 66-97.

Öztürk, K. (2010). Döviz kuru oynaklığı ve döviz kuru oynaklığının faiz oranı oynaklığı ile olan ilişkisi: Türkiye örneği. *Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Uzmanlık Yeterlilik Tezi*.

Öztürk, N. & Durgut, D. (2011). Faiz oranlarının belirleyicileri: Türkiye için ampirik bir analiz. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 3(1), 117-144.

Peker, O. & Görmüş, Ş. (2008). Türkiye’de Döviz Kurunun Enflasyonist Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 187-202.

Pesaran, M. H., Shin, Y. ve Smith, R .J. (2001). Bounds testing approach to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*. 16 (3), 289-326.

Pesaran, M. H. & Shin, Y. (1997). An autoregressive distributed lag modelling approach to cointegration analysis. *Symposium at the Centennial of Ragnar Frisch*.

Petek, A. & Çelik, A. (2017). Türkiye’de enflasyon, döviz kuru, ihracat ve ithalat arasındaki ilişkinin ekonometrik analizi (1990-2015). *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 54(626), 69-87.

Phillips, P. B. C. & Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. *Biometrika*. 75, 335-346.

Ponomarev, I., Trunin, P. & Ulyukaev, A. (2016). Exchange rate pass-through in Russia. *Problems of Economic Transition*, 58(1), 54-72.

Rowland, P. (2003). Exchange rate pass-through to domestic prices: The case of Colombia. *Banco de la República*, 1-33.

Sahadudhhen, I (2012). A cointegration and error correction approach to the determinants of inflation in India. *Internatinal Journal Economics Reserve*, 3(1), 105-112.

Samani, H. A. & Ansari, M. S. (2017). Investigating the relationship between interest rate and exchange rate: Application to a VAR model. *Conference Paper*,. 1-12.

Saraçoğlu, M., Kuzu, M. & Kocaoğlu, F. (2015). Türkiye ekonomisinde sermaye hareketleri, döviz kuru, enflasyon ve faiz arasındaki etkileşimlerin küresel ekonomi politik çerçevesinde analizi. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 1(2), 75-110.

Sek, S. K. (2009). Interactions between monetary policy and exchange rate in inflation targeting emerging countries: The case of three East Asian countries. *International Journal of Economics and Finance*, 1(2), 27-44.

Selim, S. & Güven, E. T. A. (2014). Türkiye’de enflasyon, döviz kuru ve işsizlik arasındaki ilişkinin ekonometrik analizi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1), 127-145.

Sever, E. & Mızrak, Z. (2007). Döviz kuru, enflasyon ve faiz oranı arasındaki ilişkiler: Türkiye uygulaması. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 7(13), 265-283.

Seyidoğlu, H. (2007). *Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama (Geliştirilmiş 15. Baskı)*. İstanbul: Güzem Yayınları.

Shodipe, O. T. (2018). The impact of real interest rate on real exchange rate: Empirical evidence from Japan. *Eastern Illinois University*, 1-31.

Sı, D. K., Li, X. L., Chang, T. & Bai, L. (2018). Co-movement and causality between nominal exchange rates and interest rate differentials in BRICS countries: A wavelet analysis. *Romanian Journal of Economic Forecasting*, 21(1), 5-19.

Sollis, R. & Wohar, M. E. (2006). The real exchange rate–real interest rate relation: Evidence from tests for symmetric and asymmetric threshold cointegration. *International Journal of Finance and Economics*, 11, 139-153.

Srithilat, K., Sun, G., Chanthanivong, T. ve Thavisay, M. (2018). The relationship between inflation, exchange rate, and currency substitution: Evidence from panel vector error correction model approach. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(2), 79-84.

Taşbaşı, A. Ş. (2014). Küçük açık ekonomilerde döviz kuru ile faiz oranı arasındaki oynaklık değiş-tokuşunun kestirimi: Hong Kong örneği. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi*, 36(1), 103-117.

Toda, H. Y. & Yamamoto, T. (1995). Statistical inference in vector autoregressions with possibly integrated processes. *Journal of Econometrics*. 66, 225-250.

Tunah, H. & Yalçınkaya, Y. (2016). Geleneksel olmayan para politikası uygulamasında enflasyon ile döviz kuru arasındaki nedensellik ilişkisinin analizi. *İktisat Fakültesi Mecmuası*, 66(2), 61-112.

Uysal, D., Mucuk, M. & Alptekin V. (2008). Finansal serbestleşme sürecinde Türkiye ekonomisinde faiz ve kur ilişkisi. *KMU İİBF Dergisi*, 10(15), 48-64.

Winkelried, D. (2014). Exchange rate pass-through and inflation targeting in Peru. *Empirical Economics*, 46, 1181-1196.

Yanamandra, V. (2015). Exchange rate changes and inflation in India: What is the extent of exchange rate pass-through to imports?. *Economic Analysis and Policy*, 47, 57-68.

Yılcı, V. (2009). Fisher hipotezinin Türkiye için sınanması: Doğrusal olmayan eşbütünleşme analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(4), 205-213.

Yıldırım, C. (2016). Tüketici fiyat endeksi ile faiz oranı ilişkisinin ekonometrik bir incelemesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12, 431-445.

Yücememiş, B. T., Alkan, U. & Dağlı, C. (2015). Yeni bir para politikası aracı olarak faiz koridoru: Türkiye’de para politikası kurulu faiz kararlarının enflasyon üzerindeki etkisi. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 7(13), 449-478.

Yayın Geliş Tarihi: 03.01.2019
Yayına Kabul Tarihi: 17.04.2019
Online Yayın Tarihi: 19.12.2019
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.507546>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1087-1105
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

DİJİTAL MEDYADA HABER: GAZETECİLİKTE ARAMA MOTORU OPTİMİZASYONU UYGULAMASI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA¹

*Serkan BULUT**

Öz

Haber, tarih serüveninde yeni bir yolculuğa çıkmıştır. Günümüz medya ve iletişim sistemleri derin bir yapısal dönüşüm geçirmektedir. Bu yapısal dönüşüm alıcı kitle için mesaj haline getirilen saf bilginin ve haber kavramının da dönüşmesine ön ayak olmaktadır. Bu gelişim karşısında Google algoritmaları (ve diğer arama motorları algoritmaları), gazeteci ve haberci biçimlerini ve işlevlerini de yapı söküme uğratmaktadır. Bu çalışmada haberin dönüştürülmesi, paylaşılması ve özgürleştirilmesi gibi kavramsal ve felsefi bakış açıları ile gazetecilikte yaşanan yapısal dönüşüm değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bilginin özgürce paylaşılması ve dağılımı konusunda internetin ne şekilde aktif bir rol üstlendiği değerlendirilmiştir. Yeni nesil gazeteci anlayışının küresel savaş ve demokrasi krizi içerisinde bilgiyi ve onun kontrolünü tekelinde tutan İmparatorluk'a (küresel sistemler) karşı alternatif bir ağ yaratabileceği açıklanmaya çalışılmıştır. Ancak yeni nesil gazeteciler haberleri optimize ederken habercilik etik kurallarını da ihlal etmek durumunda kalabilmektedir. Bu nedenle habercilikte SEO (Arama Motoru Optimizasyonu) kriterleri tartışma konusu olmaktadır. Yine de yeni nesil gazeteciler, internetin editöryel ve yazılımsal olanaklarını kullanarak saf bilginin özgürleşmesini ve küresel dolaşıma girmesini sağlamak için, SEO kriterlerinden yararlanabilmektedir. Bu bakış açısıyla arama motorlarının güncel etkileri sonucu habercilikte yaşanan yapısal dönüşümü irdelemek için, tüm haber web siteleri olarak değerlendirilen evren içerisinden amaçsal örneklem olarak belirlenen 12 haber web sitesinin SEO sorumluları ile derinlikli yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler ışığında nitel araştırma yöntemiyle betimsel bir analiz yapılarak sonuca varılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Dijital Medya, Haber, Yapısal Dönüşüm, Yeni Nesil Gazetecilik, SEO Kriterleri.*

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Bulut, S. (2019). Dijital medyada haber: Gazetecilikte arama motoru optimizasyonu uygulaması üzerine bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1087-1105.

¹ Bu makale İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde tamamlanan "Çokluk Mekânı Olarak Dijital Medya ile Egemenlik Çerçevesinde Bilginin Kontrolü ve Yapısal Dönüşümü" başlıklı doktora tez çalışmaya dayanmaktadır.

* Dr. Çukurova Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, ORCID: 0000-0001-8252-5262, serkanbulut@cu.edu.tr

NEWS ON DIGITAL MEDIA: A RESEARCH ON APPLICATION OF SEARCH ENGINE OPTIMIZATION IN JOURNALISM²

Abstract

The news has taken a new journey in its history adventure. Current media and communication systems undergo an effective structural transformation. This structural transformation leads to the transformation of pure knowledge and the concept of news into the message of the receiving mass. In the face of this development, the Google algorithms (and other search engines' algorithms), have changed formats and functions of journalist and reporter. In this study, it is tried to evaluate the structural transformation of journalism with conceptual and philosophical perspectives such as transformation, sharing and emancipation of news. The basic claim is that the internet plays the most sharply active role in the free sharing and distribution of knowledge. One of the others claim is that new generation of journalists can create an alternative network against the Empire, which monopolizes knowledge and control in the crisis of global war and democracy. However, it is possible that new-generation journalists may violate news reporting ethics while optimizing the news. Therefore, SEO criteria are a matter of discussion in reporting. Nevertheless, the new generation of journalists can use the Internet's editorial and software capabilities to leverage SEO criteria to ensure that pure knowledge is emancipated and enters global circulation. From this perspective, to examine the structural transformation in the reporting as a result of the current effects of the search engines, 12 news websites identified as purposive sampling in population. After then it has been conducted depth face-to-face interviews with these SEO experts and in the light of the data obtained, a descriptive analysis was made by means of qualitative research method.

Keywords: *Digital Media, News, New Generation Journalism, Structural Transformation, SEO Principles.*

GİRİŞ

Yaşam alanlarının, kültürün, güncel hayatın pratiğinin, politik veya teknolojik her türlü yaşamsal formun devamı için gereken bilgiyi üretmek, kullanmak ve yaymak bugün güçlü sistemlerin hâkimiyeti altında gerçekleşmektedir. Hardt ve Negri bu duruma yönelik ortaya attıkları İmparatorluk kavramını yeni küresel düzen olarak tanımlamaktadır. Burada İmparatorluk terimi yaşamsal öneme sahip her türlü bilgiyi kontrolünde tutan iktidar veya güç olarak görülmektedir. İmparatorluk bir devletin sahip olması gereken bir takım özelliklere sahiptir ama devlet değildir. Çünkü bir merkezi yoktur. Ayrıca,

² This article is based on my dissertation, completed at Istanbul University, Institute of Social Sciences, titled "The Control and Structural Transformation of Knowledge in The Frame of Sovereignty with Digital Media as Space of Multitude."

yönetmek istediği belirli bir bölge de yoktur ve onun bedeni somut bir biçimde görülememektedir, sınırları bulunmamaktadır. Geçmiş egemenlik ve üretim biçimlerinin tümü sınırlı bir nüfusa dayanıyordu ve bu nüfus, egemenlik ilişkisinin doğurduğu engelleri aşmak isteyen yöneticiler tarafından sayısız şekilde bölünüp yönetiliyordu. Herhangi bir grup, egemen iktidara rıza göstermediği ya da teslim olmadığı takdirde, toplumsal yaşamın ana devrelerinden dışlanıyor veya son tahlilde yok ediliyordu (Hardt & Negri, 2011: 350). Ancak bugün İmparatorluk denilen küresel bir sistemle tüm dünya sınırlara dâhil edilmiş ve tüm nüfusa dair bilginin kontrol edilmesi ile yeni bir iktidar anlayışı ortaya çıkmıştır. İmparatorluğun kendine has bir yapısı bulunmaktadır. Birincisi, İmparatorluğun karma bir kuruluş yapısı vardır; Antik Roma İmparatorluğunda olduğu gibi monarşi-aristokrasi ve demokrasi. İkinci olarak, İmparatorluk bir iktidar merkezinin yokluğuyla tanımlanır. Son olarak, İmparatorluk, artık bir dışarısının olmayışı ile tanımlanır (Hardt & Negri, 2012: 12). Öyle ki Birleşmiş Milletler gibi uluslararası kuruluşlardan ulus devletlere, oradan bölgesel veya uluslararası sivil toplum kuruluşlarına hepsi karmaşık bir düzende işlev görmekte ve İmparatorluğun bir parçasını oluşturmaktadır. Uluslararası medya da bu yönüyle bu küresel sistemin en etkili parçalarından biridir.

Medya küresel kapsamda hassas konuları (göç, mültecilik, savaş, teknoloji, politika, savaş vb.) haberleştirerek kamuoyunun bilgi ihtiyacını karşılamaktadır. Geleneksel boyutu ile gücü oldukça sınırlı olan gazetecilik, bugün iletişim teknolojileri ve imkânları sayesinde derin bir yapısal dönüşüm geçirmiş olup dijital medyanın her türlü olanaklarını kullanarak internet ve bilgisayar odaklı habercilik yapar hale gelmiştir. Gazetecilik, diğer bilgi-üretim biçimleri gibi, büyük bir veri tabanı ile karşılaşmış, bu da haberlerin yeniden yapılandırılmasına ve etkileşim potansiyelinin daha iyi anlaşılabilmesi için teorik değişimlere gidilmesine yol açmıştır. Yeni araçlara erişim, gazetecilere daha fazla analitik güç getirmiş, aynı zamanda, okuyuculara daha fazla fayda sağlamak için haberlerin nasıl yapılandırabileceğini yeni bakış açıları katmıştır (Reese, 2016: 819). Gazeteciliğin bu yapısal dönüşümü okuyucu ve haberci arasındaki ilişkinin değişmesine de ön ayak olmaktadır. Örneğin, anında yanıt, sınırsız alan ve asgari sansürün birleşik etkileri, vatandaşların halk müzakerelerine katılmaları ve gazetenin sesi ile vatandaşların sesleri arasında doğrudan bir bağlantı kurma, böylece kurumsal ve kamusal sesleri bir araya getirme fırsatı yaratmaktadır (Manosevitch & Walker, 2009: 6). Bu durum yeni kamusal alanların, yeni dijital mekânların oluşumuyla habercilik dünyasında da yeni algılar getirmektedir.

Gazetecilikle ilgili bu dönüşüm mevcut küresel düzenle birlikte düşünüldüğünde habercilik faaliyetleri açısından habere özgürce ulaşmak, haberi oluşturmak ve onu yaymak hem zorlaşmakta hem de teknolojik ilerleme karşısında gazetecinin de becerilerinin sorgulandığı bir alan haline dönüşmektedir. Geleneksel

gazetecilik açısından da önemi her an vurgulanmış meslek etiği ve doğru, tarafsız, özgün ve güncel haberleri oluşturmak ve hedef kitle okuyucusuna ulaştırmak büyük önem gerektiren bir konuya dönüşmüştür. İnsanlar yaşanan bir olay ile ilgili bir haber okuduklarında veya izlediklerinde bilgi aldıklarını düşünmektedirler. Gazeteciler bir olayla ilgili kaynağa ulaşırken ondan ‘bilgi’ aldıklarını ifade etmektedirler. Bu nedenle yaşanan dönüşüm kaynaktan alınan bu saf bilgi ile okuyucuya ulaşılmış veya ulaşması gereken harmanlanmış bilginin nasıl bir süreçten geçerek evirildiği ile ilgilidir. Bu dönüşümün birçok etkileyeni bulunmaktadır. Ancak günümüz dijital medyasında yer bulan dijital bilgi, enformasyon ya da haberin, sosyal medya veya ilgili web sitesinin ilgili sayfasından ziyade arama motorlarında bulunur olması gerekmektedir. Dijital medya haberciliğinin bugün oldukça meşgul olduğu konu budur. Bu nedenle her internet ve dijital medya platformu okuyucusuna vereceği bilgiyi arama motorları üzerinden bulunur kılmak ve hızlı, doğru, güvenilir olmak için bir yarış halindedir. Bunun için Türkiye’de geçmişi pek de eski olmayan arama motoru optimizasyonu (SEO - Search Engine Optimisation) olgusu gün geçtikçe önem kazanmaktadır.

Galitsky, Levene ve Safran’a göre yeni teknolojik gelişmeler, çağdaş analitik motorların büyümesi ile ilerlemiş ve web içeriğinde önemli değişiklikler meydana getirmiştir. Kuşkusuz, internet trafiğinin büyük bir kısmı, araştırma motorlarına bağlıdır. Her geçen gün daha fazla web sitesi, arama motorları tarafından indekslenip kendi pazar paylarını sağlama mücadelesi verirken, arama sonuçları sayfasının en üst sıradaki ve en üst sıralarında yer alan faktörler, çevrimiçi medya kuruluşu için gittikçe artmaktadır. Bir sitenin web aramaları yoluyla görünürlüğü, sitenin hayatta kalması için gerekli bir bileşendir (Giomelakis & Veglis, 2016: 379). SEO, hedefli web sitelerinde çevrimiçi aramalar sırasında daha yüksek arama sıralamasına ulaşmak için bir araç olarak kullanılmaktadır. SEO, web üzerinde rekabetçi olmak isteyen kuruluşlar ve şirketler içindir. Milyonlarca web sitesi, arama motorlarındaki yerleşimler için rekabet etmektedir. Bu nedenle, yalnızca SEO aracılığıyla iyileştirilen ve yapılandırılan web siteleri web üzerinde daha fazla görünürlük sağlamaktadır. Ancak kullanıldığı an itibarıyla web siteleri tarafından uygulanan bir SEO müdahalesi bu ifadeyi tam karşılamamaktadır. Google bu konuda web sitelerine çok rahatça yayımlayacakları içeriğin nasıl ilkelere uyum sağlaması gerektiği konusunda rehberlik etmektedir. Amaç en doğru ve çabuk içeriği okuyucu veya izleyiciye ulaştırmaktır. Daha önce belirlenen SEO ilkelerinin habercilik ilkeleri ile benzediğinin ifade edilmesi de bu bakış açısında dayanmaktadır. Buna rağmen gazetecilik mesleğinin dijital medya ortamlarına geçişiyle beraber geleneksel gazetecilik uygulamalarının ortaya çıkarmış olduğundan farklı bir takım etik sorunlar belirmiştir. Yeni teknolojilerin gelişimi, hayatımıza yeni birçok kavramı dâhil etmiştir. İnternet haberciliği, SEO, SEM (Search Engine Marketing), çevrimiçi reklamcılık, çevrimiçi alışveriş gibi kavramlar bugün haber ve reklam başlıklarının girift bir yapıya bürünmesine neden olmaktadır. Haberi, haberciliği, yayıncılığı derinden etkileyen yeni medya olanakları elbette işlerin akışını da değiştirmiştir. Gazetelerin veya yayın

mecralarının saygınlığını, satış rakamları kadar internet sitelerinin tıklanma oranları da belirler olmuştur. Firmalar için hizmet verdikleri sektörle ilgili aramalarda, arama motorlarının ilk sayfalarında yer almak neredeyse varlık-yokluk sorunu haline gelmektedir. Hâl böyle olunca, firmalar da dijital pazarlama kanallarına yönelmektedir. İnternet siteleri kendilerini SEO uyumlu hâle getirmişlerdir (Dirini, 2017). Habercilik mesleği de bu kaygılardan nasibini almıştır. İnternette bulunur ve bilinir olmak için özellikle haber sitelerinin bir yana koyduğu güncellik, nesnellik, bilgilendirme, önemlilik, ilgili olma ve özgünlük gibi haber değerleri tartışmalı konular haline gelmiştir. Türkiye’de haber web siteleri iki büyük ve ciddi durum ile karşı karşıyadır. Bir yanda rakip siteler ile rekabet için var olan yarış içerisine dahil olmak ve habercilik değerlerini bir yana bırakarak optimizasyon kriterleri ve ticari kaygıları ile hareket etmek, diğer yanda ise hem bu kaygıları barındırmak hem de habere ve haberciye vermesi gereken değeri azaltmamak. Araştırma bu bakış açısından hareketle haberciliğin yaşadığı dönüşümü etik ilkeler de göz önünde tutularak gerçekleştirilmiştir.

DİJİTAL MEDYADA HABER VE ARAMA MOTORU UYUMU

Gazeteciler küresel savaş hali karşısında demokrasi iddiasını canlı tutan, yerel ve bölgesel değerleri, kültürü, barışı ve adaletli bir yaşam umudunu ayakta tutmaya çalışan kişilerden oluşmaktadır. Her ne kadar ‘medyanın kamuoyunun haber alma hakkı olduğu’ iddiasında bulunan anlayış liberalizm sisteminden kaynaklı olsa da bu kuram bile bu algıyı özgürlük temelinde oluşturmuştur. Aslında günümüz koşullarında habercilik bağımlı bir değişken olsa da kamuoyunu ve halkı doğru ve eksiksiz bilgilendirmek hayal değildir. İşte özgür habercilik olgusu demokrasinin de kalbidir. Ancak doğru bilgi temelli haberi halka ulaştırmak ya da ulaşmasını sağlamak da bu oranda zordur.

Gazetecilik ve habercilik koşulları ve ortamları güncel biçimde değişikliğe uğramaktadır. Eğer habercilik ile ilgili bir kavramdan bahsediliyorsa ve bu ortamın şekillenmesinde insan etkisi vardır ve orada semboller, dil, ideolojiler, kültür ve politika üretilmektedir. Özellikle semboller ve ideoloji üzerinden gerçekleşen düşünce ve kültür alışverişi artık soyut mekân üzerinden ilerler. Gelişen iletişim teknolojileri habercilik alanında da teknoloji ve tekniğe dayalı bir takım değişimler yaratmıştır. Bu değişimler karşısında geleneksel gazeteciliğin sahip olduğu okuyucu kitlesi gün geçtikçe azalmaktadır. Okuyucu açısından geçerli ve yeterli haber ortamı dijital medya ortamıdır. Dijital medya geliştikçe var olan haberci anlayışı da değişmiş, habercinin birtakım teknik ve teknolojik kabiliyetler kazanması elzem hale gelmiştir. Bunlardan en yaygın olanı SEO uyumluluk kriterlerine hâkim olmaktır. SEO kriterleri en basit haliyle bir web sitesinde yayınlanacak bir metni yayınlanacağı arama motorunun bilgiyi erişilir kılacak olan optimizasyon kriterlerine uygun hale getirilmesi işlemidir. Çünkü arama motorları internet üzerinde bilginin dolaşıma sokulması için en etkili ortamlardır.

Arama motorlarının ilk örnekleri, 1990 yılında sadece FTP üzerinde çalışan Archie ve Gopher gibi sorgulama yazılımları ile başlarken sonrasında Yahoo (www.yahoo.com) AltaVista (www.altavista.com), Raging Search (raging.com), Google (www.google.com), Hotbot (www.hotbot.com) ve Northern Light (www.northernlight.com) hizmete açılmıştır. Bu arama motorları arasından Google kurulduğu 1998 yılından itibaren algoritma yapısı ile diğer arama motorları arasından ayrılmıştır. Google arama motoru, aramayı çoğu kullanıcı için sezgisel hale getiren ve kolaylaştıran kullanıcı ara yüzü olarak tek bir kutuya dayanmaktadır (Ward & Fuchs'tan aktaran Duman, 2018: 263). Türkiye'de etkili bir haber yapılmak isteniyor ve haberi SEO ilkeleri ile optimize etmek isteniyorsa geçerli olan temel arama motoru Google'dır. Günümüzde SEO mantığı ve ilkeleri kullanılarak hem Google'ı hem de okuyucuyu yanıltan, haberin değerini kaybetmesine yol açan birçok etik dışı girişim bulunmaktadır. Büyük haber siteleri bile bu tür yanlışlara düşebilmektedir. Ancak bu durum haber sitelerinde var olan haberlerin SEO ilkelerine göre düzenlenmesi gerektiğinin yanlış bir olgu olduğunu göstermemektedir. Gerçek ve sağlıklı bir SEO müdahalesi çoğu zaman haberin özgün içeriğine de uyum sağlamaktadır. Yani aslında bir haber sitesi için özgün ve nitelikli haber en önemli olgudur.

Bahsedildiği gibi, SEO sadece teknoloji uzmanlarına yönelik değildir ve tüm web gazetecileri için bir beceri setidir. Bu çerçevede, SEO'nun değerini anlayan birçok kurum veya eğitim kurumu, webde daha etkin bir şekilde yazabilmek ve yayımlayabilmek için gazetecilere SEO kursları/seminerleri vermektedir. Olander'e göre, haberin genel yapısını değiştirmemek için içerik oluşturma aşamasında optimizasyon yapılmalıdır. Yazma sürecinde bir gazetecinin yaratıcılık hissetmesi ve SEO'yu kaliteli içerik üretimi ile birleştirmesi gerekir. Usher, bir örgütün iyi bir SEO stratejisine sahip olsa bile, hâlâ haber merkezine etkin bir şekilde bağlantılı olması gerektiğinden, gazetecilerin Google Trends'e köle gibi hissetmediklerini belirtmektedir (Knight'tan aktaran Giomelakis & Veglis, 2015: 24).

Jones'in belirttiği gibi (2008: 86) metin, web sitelerinin can damarıdır. Diğer bir deyişle okuyucuların bir konu hakkındaki değerlendirmeleri yapabilmesi için bilgi içerikli web siteleri arasında gereken sırlamayı gerçekleştiren arama motorları açısından temel dayanak metnin kendisidir. İyi yazılmış özgün metin, web sitesi çalışmalarının başarısı için çok önemlidir. Verilen bilgilerin ve açıklamaların kalitesi, web sitesinin arama motorlarında nasıl bir sıralamaya ulaşacağını ve bir kişinin bir web sitesinden bir şey satın alıp almayacağını belirleyecek olan etmendir. Arama motoru optimizasyonu veya SEO'ya uygun yazılmış bir metin, okuyucuya ve arama motoruna hitap ederek organik sıralamalara ulaşmak için tasarlanmıştır. Anahtar kelimeler bakımından zengin, doğal olarak akan, orijinal içerikli web siteleri, çok az yazılan metinlere yalnızca anahtar kelimeler yerleştiren Web sitelerine göre daha iyi durumdadır. Diğer yandan düzgün SEO yapabilmek için Google'ın nasıl çalıştığını bilmek gerekmektedir. Google ve diğer arama motorları, alaka düzeyini ve önemini

belirlemek için algoritmalar kullanır. Bu, arama sonucu sıralamalarının dayandığı şeydir. Bu algoritmanın SEO'da çalışan web yöneticileri tarafından aşırı yönlendirilmeyi önlemek için, kesin ayrıntılar gizli tutulur. Bununla birlikte, Google'ın algoritmasındaki temel faktörler, hiç bir şekilde gizli değildir ve bu temel faktörler, arama deneyimlerinin belirlenmesinde önemli unsurlardır. (SEO'nun karanlık bir sanat olduğu izlenimini veren ya da gizli bir formülü olduğu izlenimini veren herhangi bir SEO ajansından kaçınılmalıdır.) Gerçekte, arama motorları karmaşık yapıları barındıran web sitelerine yardımcı olan ve web sitesi hareket ettikçe etkinliklerine izin veren ve web sitesine kötü niyetli eylemleri önleyecek bir katmanı ile basit bir şekilde çalışmaktadır (Samuel, 2013: 347).

Arama Motoru Optimizasyonu, internet web siteleri içerisinde yapılan çalışmalar ile arama motorlarına optimize edilmesi işlemidir. Kavram, kullanıcıların arama motorlarında gerçekleştirdikleri arama sorgulamalarında üst sıralarda çıkarak daha çok ziyaretçiye ulaşmak için yapılan çalışmalar olarak tanımlanır. Site içi SEO için belli başlı yapılması gereken işlemler özgün içerikler, selflink yapısı, title (başlık) kullanımı, description (açıklama), h etiketleri, sayfa yüklenme hızı vb. şeklindedir (Yaman'dan aktaran Duman, 264).

Bir arama motoru için geçerli olan SEO teknikleri aslında diğer arama motorları için de geçerlidir. İyi SEO'lu haberler bu durumdan fayda sağlar. Diğer yandan pek çok kişinin SEO tekniklerini sadece bir arama motoruna (Google) yönelik olduğunu kabul etmesine rağmen, arama motorları için web sitelerinin uyumuna yönelik en iyi uygulamalar, normalde yalnızca belirli bir arama motorunun yararına değildir. Geliştiriciyi, SEO Validators olarak bilinen arama motorlarına daha yakın bir site haline getirmek için geliştiren otomatik doğrulama araçları da vardır. Web sayfalarının erişilebilirliği, mantıklı bir web sayfası kod işaretlemesinden gelen bu yararlı bilgiler gibi, iyi bir SEO uygulamasının akılda tutulmasıyla da düşünülür. Uygun başlık yapıları, fareye bağımlılıktan kaçınma ve bağlantılardaki açıklayıcı metinler, yalnızca erişilebilirlikten değil aynı zamanda içeriğin arama motorları tarafından indekslenmesine yarar sağlayan diğer kaynaklardır (Ferraz, 2017: 95). Sonuç olarak Khan ve Mahmood'un da (2018: 42) açıkladığı gibi SEO, kullanıcı sorgularını alan ve kullanıcıya gerekli bilgileri getiren yazılımlara benzemektedir.

Son yıllarda, birçok önde gelen çevrimiçi haber kuruluşu, webde yükselmek için SEO uzmanları istihdam etmiştir. Temmuz 2008'de, Daily Mail, bir SEO yöneticisi işe almış ve aynı yıl Guardian in-house SEO ekibini kurmuştur. 2009'un sonlarında İngiliz Broadcasting Company (BBC), SEO'nun değerini anlayarak, uzman bir SEO muhabir ve SEO'cu ekibi oluşturmuştur. Bu çerçevede, BBC gazetecileri temel SEO'da eğitilmiş ve stratejideki en önemli değişikliklerden birini gerçekleştirerek, iki başlıklı bir sistem uygulanmıştır (Oliver & Dick'ten

aktaran Giomelakis & Veglis, 2015: 24). Türkiye’de SEO bilen haberciye ihtiyaç artmaktadır. Öyle ki iş bulma sitelerinde SEO uzmanı iş ilanlarında bu işi yapacak olan habercilerden ne gibi beceriler beklendiği ayrıntılı biçimde belirtilmektedir. İşte yeni tip gazeteci ve habercinin klasik anlamda haberciden ayrılan yanlarını en iyi ifade eden bir örnek SEO örneğidir. İyi bir internet kullanıcısı, iyi bir içerik üreticisi ya da haberci olmak bir haber web sitesinde istihdam edilmek için yeterli olmayabilmektedir.

Türkiye ve dünyanın pek çok yerinde SEO kötü amaçla veya iş etiğine aykırı olarak uygulanabilmektedir. Bu hem haberciliğe hem de okuyucunun doğru bilgiyi edinme hakkına karşı ciddi bir tehdittir. Bu nedenledir ki Google kötü niyetli müdahalelere karşı tedbirler almaktadır. SEO, Google’un arama motoru inşası sırasında oluşturduğu algoritmaya karşı sektör tarafından geliştirilmiştir. Yani Google, bir şey arandığında, ilk sırada hangi içeriğin yer alacağına karar verecek bir sistem (algoritma) oluşturmuştur. Bu sistem ilk yıllarda 12 bileşenden oluşmaktaydı. Örneğin siteye başkaları link vermişse, o sitenin önemli olduğu öngörülmüştür. Ya da güncellik önemli bir kriterdir. Aradan geçen sürede, bu bileşenlerin ne olduğu tespit edilip, karşı SEO taktikleri geliştirildikçe, Google algoritmasını derinleştir ve artık 600 kriterden bahsedilmektedir (Nebil, 2016). Her ne kadar SEO açısından mevcut habercilik faaliyetleri içerisinde durum ticarileşme, reklamcılık ve okuyucuyu çekmek için metin üzerinde birkaç hile yapmak ile özdeşleştirilse de düzgün bir SEO anlayışı da içeriğin özgünlüğü ve tarafsız, nesnel haber kriterlerini gerçekten taşıması ile beraber değer kazanacaktır. Okuyucunun yararına ve onun bilgi alma hakkına saygılı şekilde haber üretebilecek, sahaya çıkabilecek ve doğru-gerçek olayları aktarabilecek iyi SEO’cu ve habercilere ihtiyaç her zaman sürecektir.

YÖNTEM

Araştırmanın Problemi

Önce medyanın kendi içinde deneyimlediği ve bir yandan etkilenecek bir yandan lokomotif olduğu alanları göz önüne getirmeliyiz. Örneğin son yılların yapay zekâ çalışma ve gelişmeleri. Yapay zekâ öyle bir kavramdır ki sağlık, hukuk, eğitim, ekonomi, askeri ve en nihayetinde iletişim gibi birçok alanda belirleyici olmaya doğru gitmektedir. Google’ın en ilişkili okurun karşısına çıkarabildiği sistem de bir yapay zekâ teknolojisidir. Diğer medya kuruluşları da yapay zekâ çalışmalarından geri kalmamıştır. Dünyaca ünlü medya kuruluşları robot muhabir çalışmalarını arttırmaya başlamışlardır. Bu nedenle temel sorularımızdan biri de gazetecilik pratiklerinde robot muhabirlerin durumunun nasıl gelişebileceğidir.

Çalışmanın sorunsalını şu cümleler oluşturmaktadır: Sadece iletişimsel mekân olmasının dışında dijital medya toplumsal dönüşümlere temel olabilecek sosyolojik yararı ön planda önemli bilgilerin paylaşılmasında ve oluşturulmasında nasıl bir etkiye sahiptir, bilginin yapısal dönüşümü habercilik ve gazeteciliği nasıl konumlandırmaktadır ve habercilikte SEO (Search Engine Optimisation)

kriterlerinin uygulanması bu bağlamda habercinin söylemini üretmesi ve yeniden inşası için alternatif bir dijital ortam sağlayabilir mi? Temel problem çerçevesinde arama motoru optimizasyonunun habercilikte nasıl uygulandığını ortaya koymak için sektörden uzmanlarla görüşülmüş ve SEO'nun haberciliği nasıl etkilediği analiz edilmiştir.

Evren ve Örneklem

Türkiye'de dijital medya veya internet üzerinden habercilik faaliyetleri sürdüren tüm haber odaklı web siteleri çalışmamızın evrenini oluşturmaktadır. Özellikle geleneksel gazetelerin web siteleri bu noktada büyük önem taşımaktadır. Bu dedenle örneklem seçilirken bu konu üzerinde özellikle durulmuştur. Araştırmada olasılıklı olmayan örneklem türlerinden Amaçsal Örneklem seçilmesi uygun bulunmuştur. Amaçsal Örneklemde araştırmacı kendi amacına ve yargısına uygun olarak hangi birimlerin örnekleme gireceğini saptar. Ancak araştırmacı yargısını mutlaka literatüre dayandırarak meşrulaştırmalı ve bu konuyu araştırma raporunda açıkça tartışarak belgelemelidir. (Atabek & Atabek, 2007: 12). Bu çerçevede 12 dijital haber medyası kuruluşunun SEO sorumluları çalışmamızda örneklem olarak seçilmiştir. Çalışmamızda veri toplama tekniği olarak derinlikli yapılandırılmış yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu kapsamda medya kuruluşlarının web sitelerinde çalışmakta olan SEO (Search Engine Optimisation) Sorumluları ile derinlikli ve yüz yüze tam yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Sorular açık uçlu sorulardır ve daha öncesinde sınırlandırmış yanıt şemaları oluşturulmamıştır. Belirlenmiş SEO sorumluları ve web siteleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1: Görüşülen Haber Kuruluşlarının SEO Sorumluları

No	İsim Soyisim	Görev	Çalıştığı Medya Kuruluşu
1	Funda Korkmaz	SEO İçerik Müdürü	Sozcu.com.tr
2	Ersel Yıldırım	SEO Uzmanı	Sabah.com.tr
3	Selahattin İmamoğlu	Ürün ve Proje Geliştirme Müdürü	Haberturk.com
4	Selen Yeşilyurt	SEO Takım Lideri	Milliyet.com.tr
5	Sema Özcan	Dijital İçerik Analisti	NTV.com.tr
6	Cem Koncu	SEO Takım Lideri	Hürriyet.com.tr
7	Serdar Yılmaz	SEO Danışmanı	Yenisafak.com
8	Suat Yıldız	SEO Uzmanı ve Birim Sorumlusu	Haber7.com
9	Alper Duman	Dijital Medya ve SEO İçerik Koordinatörü	Turkmedya.com.tr
10	Muhammed Fatih Gediman	Yayın Yöneticisi	Ahaber.com.tr
11	Deniz Negiş	SEO İçerik Takım Lideri	Mynet.com
12	Metehan Yeşilyurt	Sr. SEO	Onedio.com

Bu görüşmelerde Haber7.com SEO Uzmanı ve Birim Sorumlusu Suat Yıldız ikinci ve üçüncü soruları yanıtlamamıştır. Diğer görüşmeciler tüm soruları eksiksiz yanıtlamıştır. Araştırma nitel bir araştırma yöntemidir ve veriler analiz edilirken betimleyici analiz yöntemi uygulanmıştır.

Araştırmanın Kategorik Sınıflandırılması

Yapılan görüşme sonucunda elde edilen veriler analize tabii tutulmuş ve araştırma sorularının aradığı yanıtlar da göz önünde tutularak yedi temel kategori oluşturulmuştur. Görüşmeler okunduktan sonra üzerinde en çok durulan, en çok vurgulanan ve çalışmanın sorunsalı hakkında bilgi verebilecek anahtar kelimeler ve cümleler kodlanmıştır. Bu kodlar da bahsedilen yedi temel kategori altında sıralanmıştır. Daha sonra analizlerin yorumlanması ise belirlenen bu kategorilerin çalışma içerisinde başlıklara dönüştürülerek bu başlıklar arasında kodların işlenmesi ile gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2: Araştırmanın Analiz Edilmesi İle Belirlenen Altı Temel Kategori ve Kodlar

No	KATEGORİLER	Kod 1	Kod 2	Kod 3
1	SEO ve Habercilik	SEO Kavramı	SEO ve Haber	
2	Bilgi ve Egemenlik	Bilgi Paylaşımı	Bilginin Dolaşımı	Bilginin Özgürleşmesi
3	Yapısal Dönüşüm	Robot Muhabirler	Yeni Nesil Gazeteci	
4	Google	Google Algoritması	Tekel Olma Hali	
5	Dijital Medya	Big Data	Veri Gazeteciliği	Veri Madenciliği
6	Alternatif Medya	SEO ve Alternatif Medya		

Verilerin analizi ve bulgular kısmında belirlenen yedi başlığın çıkış noktası yukarıdaki tabloda şekillenmiş olan temalardır. Araştırma boyunca on iki internet medyası ve web sayfasının SEO sorumluları ile yüz yüze derinlikli görüşme gerçekleştirilmiştir. Belirlenen kategoriler araştırmanın sorunsalı göz önünde bulundurularak yapılan görüşmeler esnasında araştırmaya katkı sunacağı düşünülen konular arasından belirlenmiştir.

VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Arama motoru optimizasyonu dijital medyada artık birbirinden farklı amaçlarla ve yapılarla kurulmuş web sitelerinde ve habercilik alanında uygulanmaktadır. Bu nedenle görüşme gerçekleştirilen uzmanlar SEO olgusunu habercilik faaliyetleri çerçevesinde ve benzer biçimlerde ifade etmişleridir. Türkçe açılımı ile arama motoru optimizasyonu olan SEO kavramını tercih edilme nedeni sektörde ve iletişim camiasında bu kavramın artık SEO biçiminde ortak bir ifadeye erişmesidir. Bu tema altında görüşmelerden edinilen verilere göre SEO kavramı ve habercilikte SEO'nun önemi analiz edilmiştir.

Her ne kadar SEO habercilik alanına yeni bir kapı aralamış ve büyük yararlar sağlamışsa da mevcut internet siteleri SEO sorumluları ile yapılan görüşmeler neticesinde bu ilkelerin habercilik etiği ile bağdaşmayacak şekilde uygulandığına da şahit olunmaktadır. Gerçekleştirilen görüşmelerde bu etik olguya

dikkat çekilse de en genel durumuyla SEO'nun temel habercilik değerleri ile çelişmediği yönündeki tespitlere ulaşılmıştır. Google'ın okuyuculara yönelik temel amacı en doğru, nitelikli, güncel ve önemli bilgiyi ulaştırmaktır. Habercilik kendi içerisinde değerlendirildiğinde bu değerlerin habercilik açısından da önemli olduğu görülmektedir.

Temelde SEO kriterleri uygulanmasının nedeninin insanların merak ettiği sorulara bulacakları yanıtların hazırlanması şeklinde yorumlanmaktadır. Ancak diğer yandan SEO'nun doğru uygulanmasının da altı çizilmektedir. Buradan anlaşılmaktadır ki SEO habercilikte sadece tıklanma kaygısı ile de yapılabilmektedir. Bu kaygının değil ama doğru bir habercilik ve SEO anlayışının olması ile haberin değer kazanacağını, okuyucuların bu sayede aradıkları haberleri bulabileceklerini ve zaten Google'ın da haber sitelerinden bunu istediği vurgulanmıştır. Dijital medyada sorularına yanıt arayan herkes doğru SEO ilkeleri uygulanmış haber veya diğer bilgilere ulaşabilecektir. Bilginin niteliği ne olursa olsun onu bulunur kılmada SEO olgusunun fonksiyonu aynı olacaktır. Tabii bu şekilde ifade ederken İmamoğlu, (Habertürk) bu sorunun yanıtının iki farklı duruma göre yanıtlanabileceğini vurgulamaktadır. Bunlardan biri okuyucu tarafı, diğeri ise habercilik tarafıdır. Okuyucu tarafında önemli olan hız ve sistematik olması, haberci açısından baktığımızda da ise işin içinde Google endeksli bir bakış açısının ve etkini olduğunu altını çizmektedir. Cep telefonu habercilik açısından hassas bir araç haline gelmiştir. Haberciliğin geleceğini sadece mobil telefonların gelişimiyle paralel olarak açıklayan pek çok araştırmacı bulunmaktadır. Bu iddialar aslında bundan sonraki SEO çalışmalarının mobil telefonlara ve işletim sistemlerine göre yapılacağını desteklemektedir.

Tekelleşme Karşısında Toplumsal Bilginin Paylaşımı, Dolaşımı ve Özgürleşmesinde SEO Etkisi (Bilginin Paylaşımı, Bilginin Dolaşımı ve Bilginin Özgürleşmesi Kodları)

Çalışmamızda üzerinde oldukça durulmuş bir diğer anahtar kavram da bilgi kavramıdır. Habercilik en saf ve doğru hali ile bilgiye ulaşım, bu bilgiye dayalı verileri toplayıp haberleştirmektir. Ortada artık dönüştürülmüş bir bilgi, daha doğrusu enformasyon olsa da okuyucular tarafından değerlendirildiğinde bu haber olay ya da gelişmelerle ilgili bir bilgidir. Okuyucular bilgi eksikliğini haberleri okuyarak tamamlamak isterler. Dolayısıyla ile felsefi anlamda bir bakıma habercinin yaptığı kamuoyunu bilgilendirmektir. Bu kapsam da görüştüğümüz SEO uzmanlarına bilginin önemine, toplumu dönüştürme gücü ve etkisine ve Google'ın bilgiyi paylaşma veya tekelinde tutma durumu ile ilgili soru yöneltilmiştir.

Burada birbirinden farklı yaklaşımlar söz konusudur. Örneğin bir katılımcı medya patronlarının azalması ile bir tekelleşmenin yaşandığını vurgularken, ötekiler Google'ın daha çok bir tekel olduğu, bunun nedeninin ise diğer arama motorlarının kendini geliştirememesi şeklinde anlatmaktadır. İnternetteki bilgi

kirliliğine dikkat çekip asıl bilgiye ulaşmada işin okuyucuya kaldığını söyleyen de vardır, bilginin günümüz internet koşullarında saklanamayacak bir şey olduğunu da. Aslında söylemler birbirinden farklı olsa da bir potada buluşuyor. İnternet medyası ve Google algoritma ilkeleri ile genel kamusal bilgileri daha da paylaşılr hale getirmek mümkündür. Burada anahtar kelime Google. Çoğu katılımcı asıl etkenin Google olduğuna dikkat çekmiştir. Bu başlık altında bilginin paylaşılması ve özgürleştirilmesindeki etkenleri ve bu duruma yönelik öne çıkan ifadeleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Medya patronu etkisi
- Google algoritmaları ve etkisi
- SEO ile içerik müdahalesi
- Haberin toplumsal dönüşümlere yadsınamaz olan etkisi
- Okuyucu tercihleri, bilinci ve etkisi
- Bireysel yayıncılık olanakları etkisi (sosyal medya üzerinden)
- Sosyal medya, geleneksel medyanın internet tarafları ve hükümetlerin kısıkaçları ve etkisi
- Merkezleştirilmiş internet düşüncesi (decentralized web).

Tüm bu ifadeler bilginin paylaşılması, dolaşımı ve özgürleştirilmesi çabalarının görüldüğü gibi kolay olmadığını ortaya koymaktadır. Olayın burada belki ifade edemediğimiz birçok belirleyeni daha bulunmaktadır. Her ne kadar birçok belirleyen olsa da habercilikte SEO etkisi haberin bulunurluğu ve ulaşılabilirliği üzerinde doğrudan etkisi olan bir müdahaledir. Aslında katılımcılar bu işin zor taraflarına dikkat çekmişlerdir. Ancak habercilikte SEO etkisi ve gerekliliği tüm katılımcılar tarafından vurgulanmıştır.

Yeni Nesil Gazeteci mi? Robot Muhabirler mi? Teknolojik Müdahale Karşısında Gazeteci ve Yapısal Dönüşümü (Robot Muhabirler ve Yeni Nesil Gazeteci Kodları)

Algoritma (yapay zekâ) ile insan beyni arasında rollerin paylaşıldığı, iç içe geçtiği karmaşık ve zorlu bir süreç yaşanmaktadır. Aslında bu olguyu tarımda makineleşme geçmişi ile paralel anlatabilmektedir. Tarımda makineleşmenin verimliliği arttırdığı bir gerçektir. Ancak diğer yandan işsiz sayısı çoğalmıştır. İnsani dramlar yaşanmıştır. Bu işin bir başka tarafı da makineleri kullanabilecek kalifiye eleman eksikliğidir. İşte bu bağlamda teknoloji bir bütündür. Medyada yaşanan hızlı teknik dönüşümler, yapay zekânın etkisi insan çalışanların yıllardır içinde oldukları işlerinde yeni beceriler kazanmasını gerekli kılmıştır. Haber yazım dili, hızı, doğrulatma yöntemleri, kurum ve kuruluşların gazetecilere bakışı ve algısı ile şekillenen organizasyon yapıları işin içine girmektedir. Diğer yandan Yeni nesil gazeteci anlayışı da sadece rakip medya kuruluşundaki meslektaşları ile değil aynı zamanda bir algoritma mantığı ile de rekabet etmektedir.

Yaşanan bu dönüşüm ile ilgili olarak katılımcılara 2016 Rio Olimpiyatlarında Washington Post gazetesinin kullandığı ve adına Heliograf dediği robot muhabir teknolojisi ile haberciliğin yaşadığı dönüşüme ilişkin soru sorulmuştur.

Tüm katılımcılar medya alanında yaşanan bir yapısal dönüşüm olduğu konusunda hemfikirdir. Özellikle robot muhabirler konusunda görüşlerini sormuş olduğumuz katılımcıların bir kısmı robot muhabir ve yapay zekâ teknolojisinin daha da gelişeceğini ve medyada yer edeceğini vurgulamıştır. Ancak görüşülenlerin çoğu robot muhabir gelişiminin özellikle Türkiye gibi ülkelerde kolaylıkla ilerleyemeyeceğini ifade etmiştir. Robot muhabir fikrinin neden Türkiye’de yerleşmeyeceği konusunda ana hatlarıyla şöyle etkenler ortaya çıkmaktadır:

- Robot muhabirlerin işsizliği büyütme riski
- Türkiye’de mevcut habercilik faaliyetleri ve bunlarla ilgili sorunların henüz çözülememiş olması
- Robot muhabir uygulamalarının çoğunun PR olduğu inancı
- Habercilik gibi bir işte her zaman insani emek ve duyguların gerekliliği
- İnsanların olayları, ayrıntıları yakalayabilmesi habercilik değerleri ile hareket etmesi
- Google algoritmaları açısından robot muhabirlerin üreteceği içeriklerin birbirlerine benzerliği nedeni ile değer görmemesi
- İnsani faktörle gelen özgünlük ve farklılık
- Belirli kültür, örf-adet ve argolarımız gibi dilsel süreçlere robotların uyum sağlayamamaları
- Robot muhabirler de olsa kontrolün her zaman insanda olması gerekliliği.

Katılımcılar tarafından ifade edilen bu etkenlere rağmen yeni bir tip gazeteci anlayışının hızlandığı da görmezden gelinmemiştir. Özellikle SEO olgusunu gerekli görenler de olmuştur. Örneğin, “kesinlikle gazeteciliği bilen SEO uzmanlarına ihtiyaç var.” (Sema Özcan, Dijital İçerik Analisti/ntv.com.tr) şeklinde bir ifadeye rastlanılmıştır. Aslında yaşanan bu yapısal dönüşüm öncesinde de hem medya alanında hem de teknolojinin etkili olduğu birçok alanda ilerlemeler olmuş, bazı meslek grupları ortadan kalkmış ya da çok zayıflamış ancak insana olan ihtiyaç hiçbir zaman ortadan kalkmamıştır.

Monarşi Sonrası Dünyada Bir Monark: Google’ın Haberciliğe Etkisi ve Etik Değerler (Google Algoritması, Tekel Olma Durumu ve Bilgiyi Özgürleştirme Kodu)

Google gündelik hayatın, uluslararası ilişkilerin, bilimin, kültürün ve teknolojinin bir parçasıdır. Stanford Üniversitesi’ndeki iki gencin bir araba garajında başlattıkları Google hareketi şimdi tüm Dünya’ya yayılmış, tüm online reklamları, e ticaret olgusunu, turizmi ve tabii habercilik faaliyetleri gibi insan

hayatının olmazlarından olan alanların belirleyicisi ve önemli bir bileşeni olmuştur. Google haritalar ile insanlar farklı ülkeler ve şehirlerde dolaşabilmektedir. Araştırmamızda bu etkilerden sadece SEO kavramını ele aldık. Bu çalışmada da arama motorlarının habercilik ve haber siteleri üzerindeki etkisi sorulmuştur.

Katılımcıların neredeyse hepsinden gelen önemli bir uyarı artık Google algoritma ilkeleri ile habercilik faaliyetlerini yürütmeyen bir haber web sitesinin varlığını sürdürmesinin güç olacağıdır. Bu kapsamda hem yeni habercilik uygulamaları hem de yeni gazeteci anlayışının gereklilikleri olarak dikkat edilecek bir takım maddeler bulunmaktadır.

- Bir haber web sitesinin hem teknik hem içerik olarak Google algoritma ve ilkelerine tam uyumu
- Haberciliğin nesnellik ve özgünlük gibi değerleri ile SEO ilkelerinin uyumu
- Yapılan haberlerin ve SEO müdahalelerinin Google algoritma ilkelerine tam uyumu
- SEO müdahalelerinin etik olarak ve haberciliğin değerlerine uygun olarak gerçekleştirilmesi
- Habercilikte yeni yaklaşım, inovasyon ve algıların farkında olma
- Her zaman bir trend takibi

Her ne kadar SEO kriterleri var olan liberal habercilik değerleri ile çakışmasa da dünyada var olan mevcut iletişim düzeni, medyaların ekonomi politikleri, ideoloji ve reklam (dolayısı ile uluslararası ilişkiler ve ticaret) konuları bağlamında ayrıca değerlendirilmelidir. Google bilginin özgürleşmesine katkı sağlıyorsa dünya düzenindeki yeri ve önemi ayrıca tartışılmalıdır.

Dijital Medyada Kilit Kavramlar: Big Data, Veri Gazeteciliği ve Veri Madenciliği Çerçevesinde SEO (Büyük Veri, Veri Gazeteciliği ve Veri Madenciliği Kodları)

Medyadaki dönüşüm ile birlikte günlük hayatımıza giren bu gibi kavramlar anlaşılmaya çalışılmaktadır. Önemli bazı kavramların başında Big Data, Veri gazeteciliği ve Veri Madenciliği gelmektedir. Bu kavramlar medyanın yapısal dönüşümüne öncülük ettikleri gibi medya ile ilgili veya ilgisiz disiplinleri ve sektörleri de derinden etkilemektedirler. Tıpta, ekonomide, hukukta, sosyoloji ve psikolojide, kısaca sosyal ve fen bilimlerinin neredeyse tüm alanlarında paralel gelişmeler göstermektedirler. Bu anahtar kavramlar olmadan medyayı tamamı ile analiz edebilmek önümüzdeki yıllarda olası görünmemektedir. Günümüz dijital medya ortamlarında gerçekleşen çok büyük miktardaki günlük veri akışının farkına varabilmek ve doğruyu yanlıştan ayırarak iyi birer medya okuyazarı olmak da bu olguları kavramaya bağlı hale gelmektedir.

Okuyucuların büyük bir veri akışının olduğu dijital medya ortamlarında, bilgiden ziyade verilerin hâkim olduğu bir medya ağında veri madenciliği tarzında yapacakları bir okumanın gerekliliği artmaktadır. Gazetecilik açısından veri

haberciliği değerli ise okuyucu açısından nitelikli bir okuryazar olma zorunluluğu vardır. Bu kapsamda özellikle büyük veri dönemini bugün hem okuyucunun, hem de verileri haberleştirecek medyacının dikkate alması gereken durumlar kısaca katılımcıların verdiği yanıtlardan şöyle şekillenmiştir:

- SEO kullanıcı alışkanlığını öğrenme yoludur.
- Arşivler ve yurtdışı kaynakların kullanılması önemlidir.
- Verilerden doğru detay ve doğru soru çıkarılmalıdır.
- Bilginin ulaşılabilirliği açısından doğru anahtar kelimelerin seçimi önemlidir.
- Çıkarlar ve ticari kaygılar haber ve habercinin önüne geçmemelidir.
- Online tecrübenin artması, konulara vakıf olma ve seçici olma önemlidir.
- Doğru bilginin kalıcılığı artacaktır.
- Google'ın bağlamlandırma gücü (algoritmaların etkisi) belirleyicidir.
- Veriler SEO ile uyumlu şekilde haberleştirilmelidir.
- Arama motorlarının arşivleri de mevcuttur.

Katılımcılardan yukarıda özetlenen maddeler çerçevesinde gelen yanıtlar göstermiştir ki günümüz dijital medya çağında yeni tip gazeteci anlayışı beraberinde yeni tip okuyucu mantığını da getirmektedir. Çünkü aslında dijital medya uçsuz bucaksız bir labirenttir. Her ne kadar habercilikte SEO ilkeleri doğru ve güvenilir bilginin ulaşılabilirliğini arttırsa da etik olmayan yollarla okuyucu manipüle edilebilmekte, bunun üzerinden de ticari kazanç sağlanabilmektedir. Ve dahası iyi bir medya okuryazarı olma durumu bile bazı durumlarda yetersiz kalmaktadır. Bir bilgiye ulaşmaya çalışan bireyin araştırma yöntemleri geliştirmesi gerekmektedir. Doğru habercilik kaygısı bulunan Yeni nesil gazetecilik anlayışı da haberini bu bilgiler ışığında yayınlamalıdır.

Küçük Bir Dokunuş, Güçlü Bir Ses: Yeni Tip Gazeteci ve Alternatif Medya Umudu (Yeni Nesil Gazeteci, SEO ve Alternatif Medya Kodları)

SEO haberciliğin yaşadığı dönüşüm sonucunda günlük kullanımına başladığı alanlardan sadece biri. Esasında Yeni nesil gazeteci dönüşen ve yapısal olarak değişen habercilik uygulamalarında söz sahibi olan bir kimliktir. Bilginin özgürce dolaşımına katkıda bulunan herkes haberciliğin bu yönüne örnek teşkil etmektedir.

Her alandaki gelişmelere anında reaksiyon verme gerekliliği olduğu gibi medya alanında yaşanan dönüşümlere de kayıtsız kalınmamalıdır. Demokrasiyi yaşatma ve yayma umudu özgür habercilik olgusu ile doğrudan ilintilidir. Bu açıdan gazetecinin özgürleşmesi ve çağının gazetecilik pratiklerini demokrasi taraftarı olarak kullanabilmesi hayati derecede önemlidir. Bu nedenle yeni nesil gazete ve alternatif medya fikri gün geçtikçe önem arz eden hassas bir konu olmaya devam etmektedir. Sonuç olarak katılımcılardan gelen yanıtlardan önemli noktalar aşağıdaki gibi özetlenebilir.

- Yeni nesil gazeteci işini pratik ortamlarda öğrenmelidir.
- Alternatif medya bireysel olarak oluşturulamaz, kaynak sıkıntısı yaşanacaktır.
- Bilgiyi özgürleştirmek için haberi okutmak gerekir. Bunu da SEO'cular sağlayabilmektedir.
- İyi bir haberci olmak, iyi bir SEO'cu olmanın ön koşuludur.
- Güçlü bir medya ile parasal veya insan kaynağı anlamında sınırlı güce sahip bir alternatifinin etki oranı aynı değildir.
- Gazeteciler, haberi doğrudan okuyucuya ulaştırabilme yeteneğine sahip olan kişilerden oluşur.
- Gazeteci, bilginin ve haberin özgürleşmesine ve alternatif medya fikrine Google ve SEO kriter ve kavramlarına hâkim olarak katkı sağlayabilir.
- Gazeteci, temel teknik ve teknolojik gelişmeleri takip eder.
- Alternatif ağ için talepte bulunacaklar gazeteciler değil, okuyuculardır.

Özellikle son madde çok önemlidir ve direkt olarak demokrasi fikri ile ilintilidir. İnsanların talepte bulunabilmesi için demokrasi kültürünü içselleştirmeleri gerekmektedir. Bu da özgür ve bağımsız bir medya ve gazetecilerle beraber fikir ve düşünce özgürlüğü ile ilgidir. Medyada ve yaşamın diğer alanlarında gelişmiş insan hakları, çoğulculuk ve aydınlanma alanlarındaki gelişmeler bu olguya bağlıdır. Bu kültürün dışında bir insan topluluğu talepte bulunmayacaktır. Aslında medya özgür toplum fikrinin hem nedeni hem de sonucudur.

SONUÇ

Hem Türkiye'de hem de Dünya'da medya olanaklarının ve etkilerinin ilerlemesi kişilerin, toplumların, devletlerin ve uluslararası ilişkilerin seyrinde yeni paradigmlar yaratmıştır. Medya araçları ile ortaya konulan ürünler günümüzdeki kültürel, edebi ve sosyolojik birikimin en büyük kanıtları olma niteliği taşımaktadır. Toplumsal açıdan bu denli önemli bir etken olan medya, özellikle son yirmi yılda belki de yüzyıllarca gerilere giden geçmişinde hiç olmadığı kadar keskin bir yapısal dönüşüm yaşamıştır. Bu dönüşüm zincirinin son halkasında bugün internetin etkisi bulunmaktadır. İnternetin günümüz hayatında egemen hale gelmesi, iletişim araçlarının her geçen gün daha da ufalarak cebimize girmesi, bambaşka kültürler, insan ilişkileri ve imkânların da cebimize girmesinde ön ayak olmuştur. Tüm araştırma boyunca bilginin önemine vurgu yaparken geçmişte ve günümüzde toplumsal dönüşümlerin temeli olarak özgürce üretilen, paylaşırlı ve dolaşan bilginin önemine değindik. Günümüzde bilgi dijitalleşmiştir. Haber dijital medya ortamlarına taşınmıştır. Toplumların nabızı dijital mekân dediğimiz ortamlarda atmaktadır. Hızlıdır, anlıktır ve günceldir. Buna bağlı olarak demokrasi iddiasının önemli bir bileşeni olan özgür habercilik de bu küresel savaşın kızışması ve demokratik yöntem ve uygulamaların askıya alınması ile büyük bir kıskaç altındadır.

Dijital medya ortamının yapısal dönüşümünden bahsetmek demek internet etkisinde bir habercilik anlayışının hâkim olmasından bahsetmek demektir. Yaşanan bu dönüşüme habercilik alanında somut bir durum belirlenmiştir. Bu da özellikle son yıllarda Dünya’da ve Türkiye’de etkin biçimde kullanılmaya başlanan arama motoru optimizasyonudur (Search Engine Optimization, SEO). Araştırmada gerçekleştirilen analizde de ortaya çıkmıştır ki SEO kavramı, Google’ın optimize ilkeleri ve algoritması, Big Data, Veri Gazeteciliği ve Robot Muhabirler gibi konular ile yakından ilgilidir. Habercilik ve dijital haber medyası artık bu kavram üzerinden şekillenmektedir. Yaşanan yapısal dönüşüme ayak uydurmak için çok iyi bir sayısal veri ve teknoloji okuyucusu olmak gerekmektedir. Bu durum hem okuyucu hem de haberci açısından geçerlidir. Çünkü artık makine kavramı insan beyni ile rekabet eder hale gelmiştir. Görüşmeler sonunda toplanan veriler analiz edildiğinde görülmüştür ki robot muhabir uygulamaları Washington Post’un Heliograf teknolojisi ile sınırlı kalmayacaktır.

Robot muhabirler başta olmak üzere yapay zekâ teknolojisi her geçen gün dijital medya uygulamalarında etkin olmayı arttıracaktır. Dünya’daki yapay zekâ kullanımı ile Türkiye’de kullanımı konusunda görüşmecilerden elde edilen verilere göre Türkiye’de kısa vadede yapay zekânın tam anlamıyla etkin ve egemen olması mümkün değildir. Türkiye gibi manevi değerlerin fazla, kültürel boyutun ve dilin etkisinin her anlamda yaşandığı (argolar, şiveler, gelenek ve görenekler) bir ülkede robot muhabir ve yapay zekâ teknolojisinin insan faktörünün yerini alması günümüz için olası olmadığı sonucuna varılmıştır. Ancak sınırlı da olsa robot muhabir uygulamasına benzer uygulamaların Türkiye medyasında da görüleceği ifade edilmiştir. Bu nedenle yeni nesil gazeteci adaylarının hem editöryel hem de yazılımsal yetenekleri beraberinde geliştirmeleri gereği vurgulanmıştır. Tüm bunlarla beraber veri gazeteciliği ve veri madenciliği uygulamaları da dijital medyada belirleyici olmaya başlamıştır. Özellikle toplumsal olaylara ilişkin istatistiki verilerin değerlendirilmesinde çok iyi birer veri toplayıcısı ve okuyucusu olmak gerekmektedir.

Günümüz haberciliğinde arama motorlarının etkisi oldukça belirginleşmeye başlamıştır. Artık haber sitelerinin hem ticari kaygılarını, hem okuyucu taleplerini hem de Google ve SEO ilkelerine uyumu bir arada gözetmeleri zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Her ne kadar SEO ilkeleri günümüz haberciliğinde amacına uygun kullanılmasa ve kötü ve etik olmayan (okuyucuyu yanıltma, başlıkta geçen bilginin metinde olmaması, konu hakkında bilgi vermemesi, click bait uygulamaları) içerikler dolup taşsa da SEO ilkelerinin, özgün ve evrensel habercilik ile çelişmediği sonucuna varılmıştır. Yeni nesil gazeteci tipi de tüm dijital medya kapsamındaki becerilere sahip olmalı ve sürekli geliştirmelidir. Katılımcılar tarafından, bilginin ve haberin özgürleştirilmesi, egemenliğin tekelden (Google veya başka bir egemenlik ve tekel biçimi) çıkarabilmesi için yeni nesil gazeteci tipinin aynı zamanda yazılımsal özelliklerle birlikte editöryel becerileri de kazandığı zaman alternatif bir medya ağına ve demokrasi taleplerinin

güçlendirilmesine ön ayak olabileceği ifade edilmiştir. Diğer yandan bilginin özgürleştirilmesi sadece gazetecinin talebi değil aynı zamanda okuyucunun da beklentisidir. Diğer bir değişle yeni dijital medya çağında habercilik ve habercinin niteliğini belirleyecek olan ve demokrasi için alternatif medya ağları talebini yineleyen ve üreten taraf okuyucu olacaktır.

KAYNAKÇA

Atabek, G. Ş. & Atabek, Ü. (2007). *Medya metinlerini çözümlmek: içerik, göstergebilim ve söylem çözümlme yöntemleri*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Dirini, İ. (2017). *Metalaşan içerik, matikleşen yazar: 200 kelimesi 1 TL*. <https://journos.com.tr/metalasan-icerik-matiklesen-yazar> (Erişim Tarihi: 26.01.2019).

Duman, K. (2018). Arama motorları ve internet haberciliğine etkileri: Türk internet haber medyası örneği. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11(1), 257-287.

Ferraz, R. (2017, November). Accessibility and search engine optimization on scalable vector graphics. In *2017 IEEE 4th International Conference on Soft Computing & Machine Intelligence (ISCM)*. 94-98. IEEE.

Giomelakis, D. & Veglis, A. (2015). Employing search engine optimization techniques in online news articles. *Studies in Media and Communication*, 3(1), 22-33.

Giomelakis, D. & Veglis, A. (2016). Investigating search engine optimization factors in media websites: The case of Greece. *Digital Journalism*, 4(3), 379-400.

Hardt, M. & Negri, A. (2011). *Çokluk*, B. Yıldırım (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Hardt, M. & Negri, A. (2012). *İmparatorluk*. A. Yılmaz (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Jones, K. B. (2008). *Search engine optimization: Your visual blueprint for effective internet marketing*. 22, John Wiley & Sons.

Khan, M. N. A. & Mahmood, A. (2018). A distinctive approach to obtain higher page rank through search engine optimization. *Sādhanā*, 43(3), 43-55.

Manosevitch, E. & Walker, D. (2009). Reader comments to online opinion journalism: A space of public deliberation, *International Symposium on Online Journalism*, 10, 1-30.

Nebil, F. (2016). *Teknoloji, gazetecileri özgürleştirir mi?*. <https://journno.com.tr/teknoloji-gazetecileri-ozgurlestirir-mi> (Erişim Tarihi: 23.12.2018).

Reese, S. D. (2016). The new geography of journalism research: Levels and spaces. *Digital journalism*, 4(7), 816-826.

Samuel, S. (2013). Search engine optimisation to improve your visibility online, *Practice*, 35(6), 346-349.

Yayın Geliş Tarihi: 28.11.2018
Yayına Kabul Tarihi: 28.03.2019
Online Yayın Tarihi: 19.12.2019
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.489000>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1107-1118
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

TÜRKİYE’DE FAALİYET GÖSTEREN İKİ HAVAYOLU ŞİRKETİNİN VERİ ZARFLAMA ANALİZİ İLE ETKİNLİK ÖLÇÜMÜ

*Serkan DERİCİ**
*Koray UYGUR***

Öz

Günümüzde gelişen teknoloji ve artan insan nüfusu ile beraber işletmelerin göstermiş oldukları faaliyetler karmaşıklaşmakta ve çeşitlenmektedir. Bu durum işletmelerin kaynaklarını her alanda daha etkin bir şekilde kullanmasını gerektirmektedir. Ülkemizde havayolu taşımacılığı için yapılan alt yapı çalışmaları ve devlet destekleriyle birlikte hava yolu şirketlerinin faaliyetlerini etkin bir şekilde sürdürmesi sektörel gelişme ve yapılan çalışmaların sonucu açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmanın uygulama metodunu oluşturan veri zarflama analizi (VZA), işletmeler ya da ele alınan dönemler için ortak girdi ve çıktılar kullanılarak ele alınan veri setini kendi içerisinde değerlendirerek etkinlik ölçmeye yarayan çok kriterli karar verme yöntemidir.

Bu çalışma ülkemizde hava yolu şirketlerinin etkinlik ölçümü ile ilgili çalışmanın olmamasından dolayı literatürdeki bu eksikliği gidermek ve ele alınan hava yolu şirketlerinin faaliyet etkinliklerini ölçmek amacıyla yapılmıştır. Bu çalışma kapsamında ülkemizde faaliyet gösteren iki hava yolu şirketinin, Türk Hava Yolları ve Pegasus Hava Yolları, 2012-2015 yılları arasındaki etkinliği VZA'dan yararlanılarak ölçülmüştür. Analiz sonucunda elde edilen sonuçlar değerlendirilerek söz konusu firmaların ilgili yıllar bazındaki faaliyet etkinlikleri hakkında bilgi verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hava Yolu Şirketleri, Etkinlik, Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri, Veri Zarflama Analizi.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Derici, S. & Uygur, K. (2019). Türkiye’de faaliyet gösteren iki havayolu şirketinin veri zarflama analizi ile etkinlik ölçümü. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1107-1118.

* Arş. Gör., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Sayısal Yöntemler Anabilim Dalı, ORCID: 0000-0003-2581-6770, serkanderici@nevsehir.edu.tr

** Arş. Gör., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, ORCID: 0000-0003-0795-9348, korayuygur@nevsehir.edu.tr

EFFICIENCY MEASUREMENT OF TWO AIRLINE COMPANIES OPERATING IN TURKEY VIA DATA ENVELOPMENT ANALYSIS

Abstract

Nowadays, the activities of companies started to become more complex and diverse as a result of technological developments and increasing human population. This situation requires the efficient use of companies' resources.

It is important for airline companies to carry out their activities effectively with the help of infrastructural improvements and state subsidies for air transportation in our country. This is particularly important both for sectoral and academic development. The data envelopment analysis (DEA), which is the method of this study, is a multi-criteria decision-making method that measures efficiency by evaluating the data set handled by using common inputs and outputs for enterprises or periods covered.

This study was conducted in order to measure the efficiency of activities of the airline companies. In addition, this was done in order to measure the shortcomings of the literature and the efficiency of the airline companies. Within the scope of this study, the activity effectiveness of the two companies which are Turkish Airlines and Pegasus Airlines, operating in our country between 2012 to 2015 was measured by using VZA. As a result of the analysis, information about the activity efficiency of the companies in the relevant years is provided by evaluating the obtained results.

Keywords: *Airline Companies, Efficiency, Multi Criteria Decision Making, Data Envelopment Analysis.*

GİRİŞ

İnsanoğlunun tarihsel gelişimi sonucunda günümüzde geldiğimiz noktada ihtiyaçlarımız çok çeşitli sayılara ulaşmıştır. Aynı ürünü aynı hizmeti bile her zaman insanlar aynı şekilde istememekte tercihler değişebilmektedir. İşletmeler bu hızlı değişim, globalleşme ile birlikte ortaya çıkan yoğun rekabet şartları, pazarlar arası ve pazarların kendi içlerindeki farklılıklardan dolayı faaliyetlerini sürekli olarak iyileştirmek, kalite kontrolleri yapmak zorundadır. İşletmelerin bu nokta dikkatle takip etmesi gereken olmazsa olmaz hayati noktalardan birisi de faaliyetlerini ne derecede etkin gerçekleştirdiğidir. Artık faaliyetlerin sadece birkaç belli başlı kriter ile etkinlikleri ölçülemeyeceği için etkinlik konusu faaliyetlerin devamı için önemli bir karar problemi haline gelmiştir. Bu sebeple çalışma kapsamında hava yolu şirketlerinin faaliyetlerine ilişkin etkinlik değerlendirmesi çok kriterli bir karar problemi olarak ele alınmış ve bu kapsamda çok kriterli karar verme (ÇKKV) yöntemlerinden etkinlik ölçümünde kullanılan VZA kullanılmıştır.

Etkinlik kavramı, farklı çalışmalarda farklı biçimlerde tanımlanan, insanlar tarafından günlük hayatta verimlilik kavramı ile aynı anlamda kullanılan fakat gerçekte verimlilikten farklı anlama sahip bir kavramdır. Kısaca verimlilik, faaliyetler sonucunda elde edilen çıktı miktarının bu çıktı miktarını elde etmek için kullanılan girdi miktarına bölünmesiyle bulunurken; etkinlik, ele alınan alternatiflerin ya da karar verme birimlerinin (KVB) verimliliklerinin birbirleriyle

karşılaştırılmasıyla en iyi olanının seçilmesidir. Etkinlik ve verimlilik kavramları arasındaki fark iki kavramın formülasyonundan daha açık bir şekilde anlaşılacaktır.

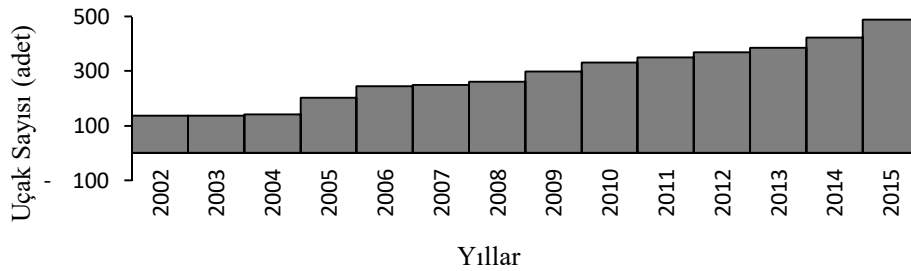
Verimlilik: Çıktı Miktarı / Girdi Miktarı

Etkinlik: Gerçekleşen Sonuç / Hedeflenen Sonuç

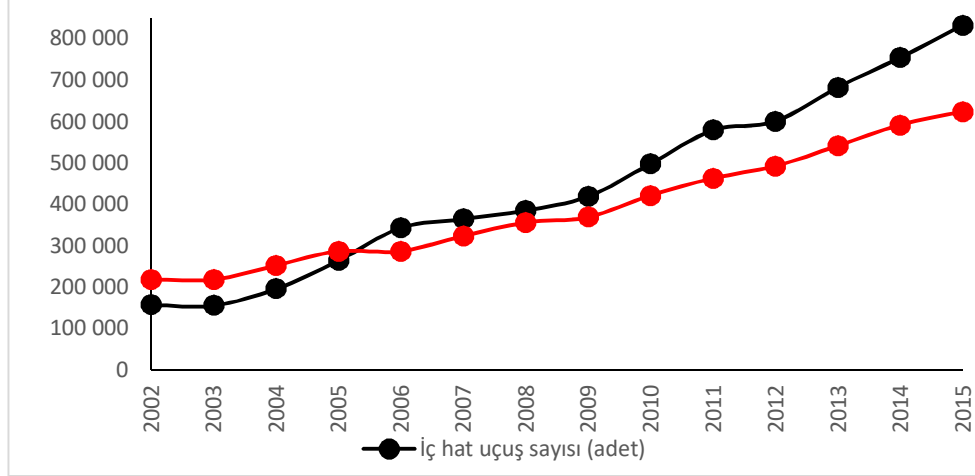
Etkinlik ve verimlilik kavramlarının formülasyonlarına dikkat edilecek olursa, etkinlik kavramının hedeflenen sonuçlara ne derece de ulaşıldığı; verimlilik kavramının da girdilerin çıktıya ne derece de dönüştürüldüğü olduğu görülmektedir. İki kavram arasındaki bir diğer fark, etkinlikte ele alınan amaçlar verimlilik kavramına göre daha uzun dönemlidir. Etkinlik kavramı daha geniş bir ifadeyle tanımlanacak olursa, üretimde kullanılan girdilerin belirlenen amaçlar çerçevesinde ne derece etkin ya da verimli kullanıldığını ifade eden bir kriterdir. Etkinlik değerleri, yukarıdaki formülasyon kullanılarak hesaplanır ve elde edilen değer 1’e eşit ve daha büyükse etkin, 1’den küçük ise etkin değil şeklinde yorumlanır (Okursoy & Tezsürücü, 2014; Taşköprü, 2014).

Ülkemizde hava yolu taşımacılığı alanında özellikle son 10 yılda yapılan alt yapı yatırımları ve hemen hemen her ile bir havalimanı hedefi doğrultusunda önemli gelişmeler yaşanmıştır ve ilerleyen yıllarda bu gelişmelerin ve sektörün yukarı yönlü ivmesinin artacağı aşikârdır. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü ve Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü tarafından 2016 yılında yayımlanan veriler incelendiğinde söz konusu gelişim daha net görülmektedir.

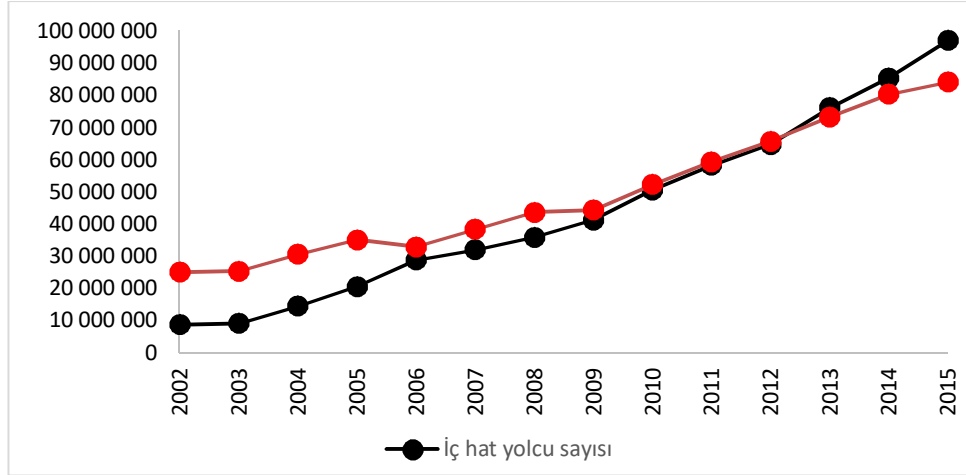
Şekil 1: 2002 – 2015 Yılları arası Uçak Sayısı



Yukarıda verilen şekiller incelendiğinde Şekil 1’de ülkemizde hava yolu taşımacılığında kullanılan uçak sayısının (yolcu, kargo ve posta uçakları) 138’den 419’a çıktığı görülmektedir. Grafikte ele alınan 14 yılda uçak sayısındaki yaklaşık %329’luk artışı; yapılan alt yapı yatırımları sonucunda yapılan sefer sayılarının artması açıklamaktadır. İlgili dönemde ülkemizde gerçekleşen iç hat ve dış hat uçuş bilgileri Şekil 2’de verilmiştir.

Şekil 2: 2002 – 2015 Yılları arası yurtiçi ve yurtdışı uçuş sayısı

Şekil 2 incelendiğinde iç ve dış hat uçuş sayıları 2002 yılında toplamda 376.041 iken yapılan alt yapı yatırımları sonucunda gerçekleşen sektörel gelişmeler ve sefer imkânları sonucunda 2015 yılında toplamda 1.456.673'e yükselmiştir. Gerçekleşen %387,4'lük bu artış miktarı ilgili yıllarda taşınan yolcu sayısında da doğal olarak bir artış gerçekleşmesini sağlamıştır. 2002-2015 yılları arasında taşınan iç ve dış hat yolcu sayıları Şekil 3'te verilen grafikte gösterilmiştir.

Şekil 3: 2002 – 2015 Yılları arası iç hat ve dış hat uçuş sayısı

Şekil 3 incelendiğinde 2002 yılında iç ve dış hatta toplam 33.755.452 yolcu taşınırken bu sayı 2015 yılında toplam 181.074.531'e yükselmiştir. Sektörde yaşanan gelişmeler ile beraber taşınan yolcu sayısındaki %536,4'lük bu artış önümüzdeki yıllarda artmaya devam edecektir.

Havayolu taşımacılığının yolcular için ulaşımında daha kısa sürmesi, sektördeki imkânların artması ile beraber daha ucuza mal olmaya başlamıştır. İlerleyen dönemlerde uçuş maliyetlerinin düşmesi, kalifiye işgücünün artması, uçuş imkânlarının artması ve yapılan alt yapı yatırımlarının tamamlanması sonucu havayolu ile ulaşımın diğer ulaşım yollarına göre tercih edilme oranı artacaktır. Yaşanan tüm gelişmeler ışığında havayolu şirketleri faaliyetlerini optimal düzeye çıkarmak istemekte ve diğer firmalara göre tercih edilme oranlarını yükseltmeye çalışmaktadır. Havayolu şirketlerinin rekabet üstünlüğü sağlaması ve faaliyetlerini daha kaliteli, sürdürülebilir hale getirmesi ve son olarak kalite düzeylerini artırması sürekli kalite kontrol ve süreç iyileştirmeye önem vermeleri ile mümkündür. Etkinlik ölçümleri de söz konusu firmaların kaynaklarını ne derecede etkin kullandığını ifade ederek firmalara yardımcı olmaktadır. Firmaların hedeflerine ulaşabilmesi ve faaliyetlerinin sürekli iyileştirilerek devam etmesi, uçuş maliyetlerini düşürerek daha uygun fiyatlarda hizmet sunması düzenli yapılacak etkinlik ölçümleri ile mümkündür. VZA bu noktada firmalara yardımcı olmaktadır. Çünkü yapılacak etkinlik ölçümleri sistematik ve bilimsel olduğu zaman yararlı hale gelmektedir.

VERİ ZARFLAMA ANALİZİ

İnsanlar hayatlarının her anında sürekli kararlar alıp vermektedir. Bazen alınan bu kararlar hayati boyutta, birçok kritere bağlı ve birden fazla alternatifler arasından olmaktadır. Aynı durum işletmeler için daha kompleks bir sürece sahiptir. Temel olarak karar verme, zihinsel süreçler sonunda gelişen ve birden fazla alternatifler içerisinde birisinin yani mevcut hareket tarzlarından birinin seçilmesidir (Chanas, 1989; Saat, 2000).

Karar verme süreci her zaman basit bir şekilde karşımıza çıkmayabilir. Bazı durumlarda risk ve belirsizliğin altında, çok sayıda kritere göre ve birden fazla alternatif arasından seçim yapmak gerekir. Gerçek hayatta ve günümüz iş hayatındaki karar problemleri genel olarak bu şekilde karşımıza çıkar. Böyle durumlarda karar vermek için geliştirilen ÇKKV, karar vericinin alternatifler arasından çoğunlukla birbiriyle çelişen, ağırlıklandırılmış ve ölçü birimleri çoğunlukla farklı olan kriterlere göre yaptığı seçim işlemidir. ÇKKV, çok sayıda kritere sahip birden fazla alternatifin karşılaştırma, sıralama ve seçme işlemlerini içeren bir süreçtir. ÇKKV problemlerinin genelinde, farklı bakış açılarına sahip karar vericiler karar verme sürecinde yer almakta ve her biri, karar problemi ile ilgili farklı kriterler olmasını ifade ederek sürece katkı sağlamaktadır (Pohekar vd., 2004; Levy, 2005; Ersöz & Kabak, 2010).

ÇKKV yöntemleri kullanılarak yapılan analizler sonucunda ele alınan karar birimlerinin hedeflenen değerlere ulaşip ulaşmamasına göre etkinliği yorumlanır. Elde edilen sonuçlar hedeflenen değerlere ulaştığında ya da çakıştığında söz konusu karar biriminin etkin aksi durumda ise etkin olmadığı sonucuna ulaşılır (Kasnakoğlu, 1980; Yoon & Hwang, 1995).

Bu çalışmada da ülkemizde faaliyet gösteren iki havayolu şirketinin etkinlikleri ilgili yıllara göre ÇKKV yöntemlerinden veri zarflama analizi (VZA) kullanılarak ölçülmüştür. VZA ilk kez Charnes, Cooper ve Rhodes tarafından 1978 yılında Farrell'in sınır üretim fonksiyonu kavramından yola çıkılarak kâr amacı olmayan kuruluşların teknik etkinliğini hesaplamak için geliştirilmiştir. Daha sonraları etkinlik ölçümünün hemen hemen her alanda yapılması gereği ortaya çıkmış ve kullanım amacı yaygınlaşmıştır (Yazıcı, 2015).

Veri zarflama analizi, benzer girdiler kullanarak benzer çıktı ya da çıktılar elde eden homojen yani benzer karar birimlerinin görelî etkinliklerini ele alınan küme içerisinde ölçerek değerlendiren temeli doğrusal programlamaya dayanan bir ÇKKV yöntemidir. Tanımından anlaşıldığı üzere VZA analizi kullanarak belli bir sektördeki benzer faaliyetleri yerine getiren firmaların etkinlikleri birbirlerine göre ölçülerek karşılaştırılmasını sağlamaktadır. Bu nokta VZA analizinin önemini de ifade etmektedir. VZA ile uygulama yapılırken takip edilmesi gereken adımlar; karar verme birimlerinin seçimi, girdi ve çıktı değişkenlerinin seçimi, verilerin güvenilir olarak elde edilebilirliği, etkinlik skorlarının hesaplanması, referans kümesinin belirlenmesi, etkin olmayan karar birimleri için hedef belirlenmesi, sonuçların değerlendirilmesi şeklindedir. VZA ile analizler yapılırken karşılaştırılarak etkinlik değerleri incelenecek olan karar verme birimlerinin sayısının, girdi ve çıktı değişkenlerinin sayısının 2 katı ya da daha fazla olması gerektiği literatürdeki çalışmalarda belirtilmiştir. Fakat söz konusu kısıtın ifade edilmesindeki amaç, ele alınan karar birimlerinin sayısı ne kadar fazla olursa istatistiki analizlerde olduğu gibi analizin daha iyi ya da daha doğru sonuç vereceğidir. Buradan da anlaşılacağı üzere karar verme birimlerinin sayısı ile ilgili zorunlu bir değer yoktur. VZA sonucunda etkin olup olmama kısıtı, bütün ele alınan karar birimlerinin etkinlik değerlerinin o kümeye göre ortaya çıkan etkinlik sınırı üzerinde veya altında olmasıdır. Yapılan analiz sonucunda etkinlik değeri 1 olan karar birimleri etkin, etkinlik değeri 1'den az olan karar birimleri ise etkin olmayan karar birimi olarak adlandırılmaktadır. Literatürde ise çoğu çalışmada bu çalışmada olduğu gibi etkinlik değeri 0,90 ve daha büyük olarak hesaplanan karar birimleri etkin olarak kabul edilmiştir (Charnes et. al. 1978; Baysal vd., 2005; Ata & Seyrek, 2010, Yazıcı, 2015).

VZA'nın geliştiren kişilerin baş harfleri kullanılarak oluşturulmuş öncelikle geliştiren CCR (Charnes, Cooper ve Rhodes) ve BCC (Banker, Charnes ve Cooper) olmak üzere iki türü bulunmaktadır. CCR ve BCC modelleri de girdiye ve çıktıya yönelik olmak üzere kendi içlerinde ikiye ayrılmaktadır. İki temel yöntem (CCR ve BCC) arasındaki temel fark ölçüğe göre getiri durumlarıdır. CCR modelleri ölçüğe göre sabit, BCC modelleri ise ölçüğe göre değişken getiri durumları altında analiz yapmayı sağlamaktadır. VZA uygulamalarında ele alınan karar birimleri için ortak olan girdiler üzerinde kontrol olanağı az ise analiz çıktıya, fazla ise girdiye yönelik VZA türü kullanılmaktadır. Girdiye yönelik VZA modellerinde elde edilen çıktının elde edilmesi için, minimum girdinin kullanılmasına; çıktıya yönelik VZA modellerinde ise, elde bulunan girdi miktarı ile maksimum çıktının elde edilmesi amaçlanmaktadır (Dinç & Haynes, 1999).

Bu çalışma kapsamında VZA yöntemlerinden çıktıya yönelik CCR yöntemi kullanılmıştır. Bu nedenle çıktıya yönelik CCR modeli kısaca açıklanmıştır. Çıktıya yönelik VZA’da amaç girdi seviyesini sabit tutularak, söz konusu mevcut girdi düzeyi ile ilgili karar verme biriminin etkin olabilmesi için elde etmesi gereken çıktı düzeyi belirlenir. Daha matematiksel bir ifade ile çıktıya yönelik yapılan analizlerde ağırlıklandırılmış girdi miktarı ağırlıklandırılmış çıktı miktarına oranlanarak bu oran minimize edilmeye çalışılır (Charnes et. al., 1978; Ramathan et. al., 2003; Tepe, 2006; Özcan, 2007; Oruç, 2008; Özden, 2008):

VZA ile ilgili literatür incelendiğinde söz konusu yöntemin, üniversiteler (Beasley, 1995; McMillan & Datta, 1998; Kutlar & Kartal, 2004; Baysal vd., 2005), havaalanları (Kıyıldı & Karaşahin, 2006; Birdoğan & Peker, 2009); bankalar (Yaşa, 2008; Azadeh et al. 2011), sağlık (Özcan, 2007) ve imalat sektörü (Tosunoğlu & Uysal, 2012) gibi alanlarda uygulamalarına sıklıkla rastlanmaktadır.

UYGULAMA

VZA kullanılarak havayolu şirketleri üzerine yapılan çalışma sayısının az olması neticesinde verilerine ulaşılabilen ülkemizde faaliyet gösteren iki havayolunun (THY ve Pegasus) etkinlikleri ölçülerek karşılaştırmak ve böylelikle havayolu şirketleri üzerine yapılan çalışmalardaki eksiklikler giderilmek amaçlanmıştır. Bu kapsamda söz konusu iki havayolu şirketinin ortak yıl bazında sadece 2012 – 2015 yılları arasındaki verilere ulaşılabilmektedir. Elde edilen veriler ile iki havayolu şirketinin de uçuş faaliyetlerine ilişkin performans değerlendirmesi VZA kullanılarak yapılmıştır. Önce iki havayolu şirketi içinde analiz ayrı ayrı yapılmış daha sonra ise birlikte ele alınarak etkinlik ölçümü yapılmıştır. Aşağıda verilen (THY için 2009 – 2015, Pegasus için ise 2012 – 2015) Tablo 1’de THY şirketinin, Tablo 2’de de Pegasus şirketinin ilgili ulaşılabilen verileri derlenerek girdi (uçak sayısı, personel sayısı ve giderler) ve çıktı (yolcu sayısı ve yıllık yolcu geliri) olarak belirlenmiştir. VZA ile havayolu şirketlerinin etkinlikleri ölçülmeden önce söz konusu şirketlere ait değişken verilerinin tanımlayıcı istatistikleri ve değişkenler arasındaki korelasyon ilişkisi Stata paket programında hesaplanarak verilmiştir. Daha sonra toplanılan veriler kullanılarak çıktıya yönelik VZA uygulanmış ve elde edilen sonuçlar aşağıda tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 1: Analizde Kullanılan Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Uçak Sayısı	209.14	58.91	132	299
Personel Sayısı	17052	3317.03	12750	22030
Giderler	5.30e+09	2.01e+09	2.40e+09	7.55e+09
Yolcu Sayısı	4.14e+07	1.36e+07	2.51e+07	6.12e+07
Yıllık Yolcu Geliri	4.98e+11	6.50e+10	3.74e+11	5.57e+11

Çalışma kapsamında ele alınan iki havayolu şirketinin 2009 – 2015 yılları arasında kullanılan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler hesaplanarak yukarıdaki

Tablo 1’de verilmiştir. Daha sonra aşağıda verilen Tablo 2’de değişkenler arasındaki korelasyon değerleri hesaplanmıştır.

Tablo 2: Analizde Kullanılan Değişkenler Arasındaki Koreasyon İlişkileri

Değişkenler	Uçak Sayısı	Personel Sayısı	Giderler	Yolcu Sayısı	Yıllık Yolcu Geliri
Uçak Sayısı	1,0000				
Personel Sayısı	0,9922	1,0000			
Giderler	0,9675	0,9615	1,0000		
Yolcu Sayısı	0,9953	0,9896	0,9679	1,0000	
Yıllık Yolcu Geliri	0,7862	0,7760	0,8934	0,7655	1,0000

Ele alınan değişkenler arasındaki korelasyon ilişkisinin yüksek olması çalışma kapsamında ele alınan değişkenlerin birbirini açıklama oranının yüksek olduğunu göstermektedir. Bu bakımdan çalışma kapsamında ele alınan beş değişken arasındaki korelasyon ilişkileri 0,7655 ile 0,9922 arasında değerler almıştır. Bu değerler göz önüne alındığında kullanılan değişkenlerin doğru seçildiği anlaşılmaktadır.

Tablo 3: THY 2009 - 2015 Yılları Arası Etkinlik Ölçümünde Kullanılan Değişkenler ve Değerleri

Yıl	Girdiler			Çıktılar		Etkinlik Değeri (%)
	Uçak Sayısı	Personel Sayısı	Giderler (Akaryakıt + Personel)	Yolcu Sayısı	Yıllık Yolcu Geliri (\$)	
2009	132	12750	2.403.830.646	25.102.000	374.000.000.000	100
2010	158	14206	3.208.798.038	29.119.000	445.000.000.000	100
2011	179	15737	4.619.729.006	32.648.000	512.000.000.000	100
2012	202	15857	5.371.920.458	39.040.409	531.000.000.000	100
2013	233	18882	6.467.021.360	48.267.142	539.000.000.000	100
2014	261	19902	7.552.134.832	54.674.967	557.000.000.000	100
2015	299	22030	7.464.000.000	61.248.192	525.000.000.000	100

Pegasus şirketi halka ilk kez 2012 yılında açıldığı için önceki yıllara ait verilerine ulaşamamıştır.

Tablo 4: Pegasus 2012 - 2015 Yılları Arası Etkinlik Analiz Sonuçları

Yıl	Girdiler			Çıktılar		Etkinlik Değeri (%)
	Uçak Sayısı	Personel Sayısı	Giderler (Akaryakıt + Personel)	Yolcu Sayısı	Yıllık Yolcu Geliri (\$)	
2012	40	2045	871.192.540	13.580.000	1.919.446.126	100
2013	49	3105	1.121.708.762	16.820.000	2.404.060.243	100
2014	55	3608	1.519.478.275	19.740.000	3.082.000.000	100
2015	67	4967	1.561.170.121	22.340.000	3.488.000.000	100

İki şirket ayrı ayrı olarak faaliyet gösterdiği yıllar karar verme birimi olarak ele alındığında kendi içlerinde tam etkin gözükmektedir. Söz konusu veriler kullanılarak iki şirketin faaliyet gösterdiği yılların etkinlikleri bir arada değerlendirilmiş ve elde edilen sonuçlar aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 5: THY ve Pegasus Etkinlik Analizi

Yıl	Girdiler			Çıktılar		Etkinlik Değeri (%)
	Uçak Sayısı	Personel Sayısı	Giderler (Akaryakıt + Personel)	Yolcu Sayısı	Yıllık Yolcu Geliri (\$)	
THY						
2009	132	12750	2.403.830.646	25.102.000	374.000.000.000	100
2010	158	14206	3.208.798.038	29.119.000	445.000.000.000	100
2011	179	15737	4.619.729.006	32.648.000	512.000.000.000	100
2012	202	15857	5.371.920.458	39.040.409	531.000.000.000	100
2013	233	18882	6.467.021.360	48.267.142	539.000.000.000	97,6
2014	261	19902	7.552.134.832	54.674.967	557.000.000.000	95,8
2015	299	22030	7.464.000.000	61.248.192	525.000.000.000	88,5
Grup Ortalaması						97,41
PEGASUS						
2012	40	2045	871.192.540	13.580.000	1.919.446.126	100
2013	49	3105	1.121.708.762	16.820.000	2.404.060.243	100
2014	55	3608	1.519.478.275	19.740.000	3.082.000.000	100
2015	67	4967	1.561.170.121	22.340.000	3.488.000.000	96,8
Grup Ortalaması						99,2

İki havayolu şirketinin performans etkinlikleri ayrı ayrı analiz edildiğinde her ikisinin de etkinlik değerleri tüm yıllar itibariyle tam etkin (%100) çıkmıştı. Daha sonra her iki şirketin ilgili yıllardaki verileri her bir yıl karar verme birimi olarak düşünülerek beraber analiz edildiğinde karar verme birimi sayısının 11’e yükselmesiyle daha gerçekçi sonuçlar elde edilmiştir. Tam etkin olarak hesaplanan THY’nın 2013, 2014, 2015 yılları tam etkin çıkmamış hatta 2015 yılı faaliyeti %90’ın altında etkinlik skoruna sahip olarak etkin olma özelliğini kaybetmiştir. Pegasus’un bakıldığında ise sadece 2015 yılı etkinlik skorunda %3,2’lik bir düşme olmuş ve etkin olma özelliğini korumuştur.

SONUÇ

Ülkemizde faaliyet gösteren havayolu şirketlerinin yolcu taşıma baz alınarak yapılan etkinlik analizi sonucunda Pegasus, THY’dan yıllar ortalaması ile daha etkin çıkmıştır. Fakat diğer havayolu şirketlerinin verilerine ulaşılarak yapılacak bir çalışma sektör açısından daha doğru bilgiler verecektir. THY’nin etkinlik analizi sonucunda yıllar itibariyle git gide düşen bir etkinlik değeri vardır. Aynı durum Pegasus içinde geçerlidir. Şirketlerin verilerine bakıldığında her yıl yaptıkları yatırımların sonucunda karşılığını alamadıkları görülmektedir. Her ne kadar taşınan yolcu sayısı artsa da maliyetler yükselmektedir. Yüksek maliyetler ve meydana gelen siyasi vb. etkenlerdeki değişimler sonucunda firmaların esnek bir yapıya sahip olmaları ve gerekli analizleri hem şirket bazında hem de sektör bazında yaparak yatırımlarını ona göre yapmaları ileriki yıllar açısından önem arz etmektedir.

Dünyada ve ülkemizde hızla alt yapı yatırımları ve kullanılan teknolojinin gelişmesi sonucunda ayrı bir önem kazanan havayolu faaliyetlerinde yetişkin personel sayısı günden güne artmaktadır. Fakat tüm unsurlar bir araya getirilerek göz

önüne alındığında şirketlerin maliyet analizleri ve gelecek planlamalarını, personel ve maliyetler gibi, önceden ve belirli periyotlarla yapmaları gerekmektedir. Sadece şirket içinde yapılan analizlerin sektör hakkında bilgi vermeyeceği gibi, Tablo 1 ve Tablo 2'nin Tablo 3 değerleri ile karşılaştırılması örneğinde olduğu gibi, sektörün dünyadaki durumu da dikkate alınarak analizler yapılmalıdır. Gelişmiş ülkelerde hızla sayısı artan ucuz maliyetli havayolu taşımacılığı modelinin ülkemiz içerisinde faaliyet gösteren iç hatlar yolcu taşımacılığında bir model olarak kullanılması söz konusu şirketlerin faaliyet etkinliklerinin artmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Ata, H. A. & Seyrek, H. İ. (2010). Veri zarflama analizi ve veri madenciliği ile mevduat bankalarında etkinlik ölçümü. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 2(4), 67-84.

Azadeh, A., Saberi, M., Moghaddam, R. T. & Javanmardi, L. (2011). An integrated data envelopment analysis-artificial neural network-rough set algorithm for assessment of personnel efficiency. *Expert Systems with Applications*, 38(3), 1364-1373.

Baysal, M. E., Alçılar, B., Çerçioğlu, H. & Toklu, B. (2005). Türkiye'deki devlet üniversitelerinin 2004 yılı performanslarının, veri zarflama analizi yöntemiyle belirlenip buna göre 2005 yılı bütçe tahsislerinin yapılması. *Sakarya Üniversitesi*, 1(9), 67-73.

Beasley, J. E. (1995). Determining teaching and research efficiencies. *Journal of the operational research society*, 46(4), 441-452.

Chanas, S. (1989). Fuzzy programming in multi objective linear programming - a parametric approach. *Fuzzy Sets and Systems*, 29(3), 303-313.

Charnes, A., Cooper, W. & Rhodes, E. (1978). Measuring the efficiency of decision - making units. *European Journal of Operational Research*, 2(6), 429 - 444.

Dinç, M. & Haynes, K. E. (1999). Sources of regionalin efficiency: an integrated shift-share, data envelopment analysis and input-output approach. *The Annals of Regional Science*, 33, 469-489.

Ersöz, F., & Kabak, M. (2010). Savunma sanayi uygulamalarında çok kriterli karar verme yöntemlerinin literatür araştırması. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 9(1), 97-125.

Kasnakoğlu, H. (1980). Etkinlik Ölçümü. *Verimlilik Dergisi*, 2, 137-158.

Kıyıldı, R., & Kardeş, M. (2006). Türkiye'deki hava alanlarının veri zarflama analizi ile altyapı performansının değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 10(3), 391-397.

Kutlar, A., & Kartal, M. (2004). Cumhuriyet üniversitesinin verimlilik analizi: fakülteler düzeyinde veri zarflama yöntemiyle bir uygulama. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (8), 49-79.

Levy, J. K. (2005). Multiple criteria decision making and decision support systems for flood risk management. *Stochastic Environmental Research and Risk Assessment*, 19(6), 438-447.

McMillan, M. L. & Datta, D. (1998). The relative efficiencies of Canadian universities: a DEA perspective. *Canadian Public Policy/Analyse de Politiques*, 485-511.

Mesiha, S. A. A. T. (2000). Çok amaçlı karar vermede bir yaklaşım: analitik hiyerarşi yöntemi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 149-162.

Okursoy, A & Tezsürücü, D. (2004). VZA ile görelî etkinliklerin karşılaştırılması: Türkiye’deki illerin kültürel göstergelerine ilişkin bir uygulama. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 21(2), 1-18.

Oruç, K. O. (2008). *Veri zarflama analizi ile bulanık ortamda etkinlik ölçümleri ve üniversitelerde bir uygulama* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.

Özcan, G. (2007). *Veri zarflama analizi ve bankacılık sektöründe bir uygulama* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tez). Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.

Özden, Ü. H. (2008). Veri zarflama analizi ile Türkiye’deki vakıf üniversitelerinin etkinliğinin ölçülmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(37), 167-185.

Peker, İ. & Birdoğan, B. (2009). Veri zarflama analizi ile Türkiye havalimanlarında bir etkinlik ölçümü uygulaması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(2).

Pohekar, S. D. & Ramachandran, M. (2004). Application of multi-criteria decision making to sustainable energy planning - a review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*. 365-381.

Ramanathan, K., Contreras, M. A., Perkins, C. L., Asher, S., Hasoon, F. S., Keane, J. & Ward, J. (2003). Properties of 19.2% efficiency ZnO/CdS/CuInGaSe2 thin-film solar cells. *Progress in Photovoltaics: research and applications*, 11(4), 225-230.

Taşköprü, V. (2014). *Klasik VZA ile Kategorik VZA modellerinin enerji verimliliği üzerinde karşılaştırmalı incelenmesi*. 15. Uluslararası Ekonometri, Yöneylem Araştırması ve İstatistik Sempozyumu, Isparta, Türkiye.

Tepe, M, (2006), *Kıyaslama çalışmasında veri zarflama analizi kullanımı* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Tosunoğlu, B. & Uysal, M. (2012). İSO 500’de yer alan imalat sektöründeki yabancı sermaye payına sahip şirketlerin etkinliklerinin veri zarflama analizi ile ölçülmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26, (3-4).

TÜİK. (2016). *Havayolu istatistikleri*.

Yaşa, A. (2008). Bankacılık sektöründe etkinlik ve veri zarflama analizi yöntemi ile ölçülmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara*.

Yazıcı, Z. (2015). *İş yüküne göre performans ölçümünde veri zarflama analizi ve bir uygulama örneği*. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.

Yoon, K. P. & Hwang, C. L. (1995). *Multiple attribute decision making: An introduction* (Vol. 104). Sage publications.

Yayın Geliş Tarihi: 02.01.2019

Yayına Kabul Tarihi: 06.05.2019

Online Yayın Tarihi: 19.12.2019

http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.506797

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1119-1145

ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

İŞ TATMİNİ PSİKOLOJİK SAHİPLENME İLİŞKİSİNDE LİDER ÜYE ETKİLEŞİMİNİN DÜZENLEYİCİLİK ETKİSİ¹

Metin IŞIK*

Zeki UÇAR**

Öz

Liderin astlarıyla olan etkileşimine ve bu etkileşimin kalitesine vurgu yapan lider üye etkileşimi (LEÜ) teorisi, liderlik araştırmaları için geleneksel liderlik teorilerinden farklı bir perspektif sunarken, örgüt ve yönetim araştırmalarına sıklıkla konu olmaktadır. Özellikle de liderin astlarıyla olan etkileşim kalitesinin olumlu pek çok işgören tutum ve davranışlarını pozitif yönde etkilediği literatür incelemesinden anlaşılmaktadır. Ancak, LÜE'nin olumlu bilişsel, duygusal, tutumsal ya da davranışsal faktörleri ne şekilde etkilediği, bu etkilerin direkt mi? Dolaylı mı? Yoksa farklı bağlamların ilişkileri üzerindeki düzenleyicilik etkisinden mi(?) kaynaklandığının araştırılması gerekmektedir. Bu çalışmada, LÜE'in iş tatmini ve psikolojik sahiplik ilişkisi üzerindeki düzenleyicilik etkisinin araştırılması amaçlanmıştır. Araştırma verileri Bitlis faaliyet gösteren dört farklı tekstil işletmesi çalışanlarından elde edilmiştir. Veriler üzerinde güvenilirlik, geçerlilik, faktör ve hiyerarşik regresyon analizleri yapılmıştır. Araştırmada düzenleyicilik etkisinin düşük, orta ve yüksek olduğu durumlar Process Makrosu ile analiz edilmiştir. Analizler sonucunda; iş tatminin psikolojik sahiplenmeyi olumlu yönde yüksek düzeyde etkilediği ve LÜE'in iş tatmini ve psikolojik sahiplik ilişkisi üzerinde etkisi olduğu ve bu ilişkiyi kuvvetlendirdiği bulgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İş Tatmini, Psikolojik Sahiplenme, Lider Üye Etkileşimi, Düzenleyicilik.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Işık, M. & Uçar, Z. (2019). İş tatmini psikolojik sahiplenme ilişkisinde lider üye etkileşiminin düzenleyicilik etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1119-1145.

¹ Bu makale 27. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi'nde sunulmuş bildirinin geliştirilmiş halidir.

* Dr. Öğr. Üyesi, Bitlis Eren Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0003-4577-0095, beu.metin@gmail.com

** Dr. Öğr. Üyesi, Bitlis Eren Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0001-7491-5703, zucar@beu.edu.tr

THE MODERATING EFFECT OF LEADERSHIP MEMBER EXCHANGE ON THE RELATIONSHIP BETWEEN JOB SATISFACTION AND PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP²

Abstract

Leader-Member exchange (LMX) theory, which emphasizes the interaction between leader and its subordinates and the quality of this interaction, while it offers a different perspective from traditional leadership theories for leadership research, it is often the subject of organizational and management research. Especially, the positive effects of the quality of the leader's interaction with the subordinates on employee attitudes and behaviours were determined in the literature review. However, how and in which direction LMX directly, indirectly or moderately influences the positive cognitive, affective, attitudinal or behavioural factors still needs a further explanation. The aim of this study is to investigate the moderator effect of LMX on the relationship between job satisfaction and psychological ownership. Data were obtained from four different textile companies operating in Bitlis, Turkey. Reliability, validity, exploratory factor and hierarchical regression analyzes were performed on the data. In the study, the low, medium and high moderator effects were analyzed by Process Macro. As a result of the analysis; it was found that job satisfaction had a high positive effect on psychological ownership and LMX had a moderator effect on job satisfaction and psychological ownership relationship.

Keywords: Job Satisfaction, Psychological Ownership, Leader-Member Exchange, Moderating Role.

GİRİŞ

Lider, örgüt amaçlarını gerçekleştirmek için bir takım tutum ve davranışlar sergilerken, doğa, insan, sermaye gibi örgütleyici kaynaklara ihtiyaç duymaktadır. Bu kaynaklar içerisinde ise insan en kıymetli olanıdır. Çünkü işgörenlerin işine ve örgütüne yönelik tutum ve davranışlarının sonuçları, örgütsel üretkenlik ve amaçlara ulaşılmasında diğer örgütleyici faktörlerden çok daha büyük etkilere sahiptir. Bununla birlikte insan faktörünü işe ve örgütsel amaçlara yönelik güdüleyecek, motive edecek ve olumlu tutum ve davranışlar sergilemelerini sağlayacak birtakım mekanizmaların harekete geçirilmesi gerekmektedir. Bu noktada olumlu işgören tutum ve davranışlarıyla ilişkilendirilen psikolojik sahiplenme olgusu son dönemdeki akademik araştırmalara sıklıkla konu olmaktadır. Psikolojik sahiplenmenin ekstra rol davranışı, sorumluluk duygusu, hedefe odaklanma, örgütle bütünleşme, işten ayrılma niyetinin azalması, yapıcı anormal davranışlar ve idealizm vb. olumlu işgören tutum ve davranışlarıyla ilişkisi farklı araştırmalarla (Avey vd., 2009; Bernhard & O'Driscoll, 2011; Ghafoor vd., 2011; Lee ve Chen, 2011; Liu vd., 2012; O'Driscoll vd., 2006; Vande Walle vd., 1995; Van Dyne & Pierce, 2004; Van Dyne vd., 1995; Yıldız & Yıldız, 2015; Yıldız vd., 2015; Zhu vd., 2013) ortaya konmuştur. Psikolojik sahiplenme

² This article is an improved version of the paper presented at the 27th National Congress of Management and Organization (Antalya/Turkey).

bireyin resmi ya da finansal sahipliğinin veya ortaklığının yokluğunda işine ve örgütüne yönelik duyumsadığı sahiplik hissi olarak tanımlanmaktadır (Mayhew vd., 2007: 477; Pierce vd., 2004: 511; Vandewalle vd., 1995: 211). Bununla birlikte, ilgili yazında sahiplik olgusunun bilişsel ve duygusal olarak iki kısımda incelendiği bilinmektedir (Etzioni, 1991; Pierce vd., 1991). Bilişsel sahiplik resmi ya da finansal sahipliği vurgularken, duygusal bağlamda sahiplenme ise psikolojik bir durum olduğu belirtilmektedir. Duygusal bağlamda sahiplenmenin oluşması için bireye sahipliğin hedefi üzerinde kontrol, etkili olma, özerk davranabilme ve bilgi alma gibi çeşitli haklar sağlanmalıdır (Pierce & Furo, 1991). Diğer taraftan bu hakların iş tatmini kavramıyla yakından ilişkili olduğu bilinmektedir. Bireyin, sahipliğin hedefi üzerindeki kontrolü, özerkliği ve etkili olduğu hissi kişiye tatmin sağlarken bu tatmin de psikolojik olarak sahiplenmeyi etkilemektedir. Örgütsel davranış alan yazınında yaygın olarak incelenen bir kavram olan iş tatmini; “bireyin iş deneyiminin değerlendirilmesinden kaynaklanan duygusal bir değişken” olarak kavramsallaştırılmıştır (Yuen vd., 2018: 2). Hoppock (1935), iş tatmininin, “bir çalışanın çevresel faktörlerle birlikte duygusal ve fiziksel tatminini” temsil ettiğini belirtmektedir (Wen vd., 2018: 1000). Spector, (1997: 2) ise iş tatminini “insanların işlerini ne derece tatmin veya tatminsiz gördükleri” şeklinde tanımlamıştır. Bu bakımdan çalışanın işine karşı duyduğu duygusal yönelim olan iş tatmini, işle ilgili genel bir duygu ya da işin çeşitli yönleri ile ilgili tutumların bir araya getirilmesi olarak da düşünülebilir (Lu vd., 2005: 211). İş hayatında çalışanların tatmin olma düzeylerini ve işlerine ve örgütlerine yönelik sahiplenme hislerini etkileyen birçok etken söz konusudur. Özellikle de yönetici liderlik tarzları, liderin çalışanlara karşı tutumu, ast-üst ilişkilerinin iletişim biçimi gibi faktörler çalışanların tatmin olma düzeyleri ile birlikte iş ve örgütlerini psikolojik bağlamda sahiplenmelerini etkilediği araştırma sonuçlarıyla ortaya konmuştur (Avey vd., 2009; Avey vd., 2012; Bernhard & O’Driscoll, 2011; Ghafoor vd., 2011; Kirmeyer & Lin, 1987; Mitchell & Larson, 1987; Yıldız & Yıldız, 2015; Zhu vd., 2013).

Yukarda da belirtildiği üzere çalışanların iş tatminleri etkileyen önemli faktörlerden birisi de liderliktir. Liderlik olgusu geçmişten günümüze sosyal bilimlerin farklı alanlarında pek çok araştırmaya konu olmuş ve bu anlamda geniş bir literatür sunmaktadır. Liderlik üzerine yapılan araştırmalara dayalı olarak farklı liderlik teorileri geliştirilmiştir. Bunlar; bir liderin sahip olduğu kişisel özellikler üzerine inşa edilen *özellikler* teorisi, liderin sergilemiş olduğu belirli davranışlarının temelde işe yönelik ve kişiye yönelik şekilde ortaya çıktığını açıklayan *davranışsal liderlik* teorisi ile lider davranışlarının belirli durum ve koşullara göre düzenlenmesi, biçimlenmesi ve çeşitlenmesi gerektiğini ifade eden *durumsal liderlik* teorileri olarak bilinmektedir. Genel olarak liderlik, örgütsel amaç ve planları yerine getirmek için çalışanları heveslendirme, onlara ilham verme ve teşvik etme sürecini içermektedir. Northouse (2007: 3) liderliği, bireyin (lider) bir grubu ortak bir hedefe ulaşmak için yeni yöntem ve tekniklerle etkilediği bir süreç olarak tanımlarken, House & Javidan (2004: 15) ise, bir bireyin üyesi olduğu örgütün etkinliğine ve başarısına katkıda bulunma, başkalarını etkileme,

motive etme ve kullanma becerisi olarak tanımlamıştır. Liderlik kavramına yönelik tanımların temel vurgu noktasının ortak bir amacı gerçekleştirmeye yönelik başkalarının davranışlarını “etkileme ve yönlendirme” olduğu yukardaki açıklamalardan anlaşılmaktadır. Söz konusu etkileme ve yönlendirme, astların /izleyicilerin / takipçilerin davranışlarına yönelik olduğundan bu durum “etkileşim” olgusunu ortaya çıkarmaktadır. Nitekim Çiçek & Almalı (2017: 456), ortak bir amacı gerçekleştirmek için bir araya gelmiş insan toplulukları olan örgütlerde bireyler arasında etkileşimin kaçınılmaz olduğunu belirtirken, Kanbur & Kanbur’a (2015: 194) ise, takipçilerle kurulan bu etkileşim ve bağlantıların liderliğin inşasındaki temel özellikler olduğunu belirtmişlerdir. Bu bağlamda, lider ve takipçileri arasındaki karşılıklı etkileşimin doğası nasıl olmalıdır? Söz konusu etkileşim lider ve astlar arasında nasıl gerçekleşmektedir? Bu gibi sorular liderlik olgusunun farklı bir düzlemde ele alınmasını gerekli kılmıştır. Bu noktada Lider Üye Etkileşimi (LÜE) teorisinin liderlik yazınına farklı bir bakış açısı getirdiği bilinmektedir. LÜE teorisi, diğer liderlik teorilerinin göz ardı ettiği lider ve üye (ast) etkileşimi, etkileşimin kalitesi ve sonuçlarına odaklandığından dolayı diğer liderlik teorilerinden farklılaşmaktadır (Avcı & Turunç, 2012: 46; Baş vd., 2010: 1014; Erdogan & Enders, 2007: 321). LÜE teorisi, liderin üyelerinin (astlarının) davranışlarını nasıl etkilediğini inceleyen (Erdogan vd., 2006: 395) ve lider ile üyeler arasındaki ikili ilişkilere dikkat çeken bir teoridir (Çekmecelioğlu & Ülker, 2014: 36). Teoriye göre, lider bazı örgüt üyeleriyle güveni ve beğeniyi temel alan yüksek kaliteli sosyal değişim ilişkisi kurarken, diğerleriyle, iş sözleşmesinin ötesine geçmeyen daha düşük kaliteli, ekonomik değişimlerle sınırlı bir ilişki kurmaktadır (Sparrowe & Liden, 1997: 523). Kısacası, LÜE teorisi, liderin takipçileri ile kaliteye göre değişen özgün ilişkiler geliştirdiğini ve sürdürdüğünü, takipçileri ile olan ilişkilerinin gruplara göre ne dereceye kadar farklılaştığını ve değiştiğini incelemiştir (Liden vd., 2006: 724; Liao vd., 2017: 2). Ampirik bulgular, LÜE’in önemli sonuçlara doğrudan etkilerinin yanı sıra, pek çok değişken üzerinde düzenleyici veya aracılık yapabileceğini öne sürmektedir (Fisk & Friesen, 2012; Gerstner & Day, 1997; Harris vd., 2011: 271; Major vd., 1995; Nikolić vd., 2013). Nitekim bazı faktörlerin farklı iki olgu arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü etkileyecek bir ortam oluşturduğu bilinmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada lider üye etkileşimi moderatör/düzenleyici değişken olarak ele alınırken; buna bağlı olarak iş tatmini ve psikolojik sahiplik ilişkisi üzerinde lider üye etkileşiminin düzenleyici etkisi araştırılmıştır. Bu bağlamda ilgili yazınlar kapsamlı olarak incelenerek kavramsal çerçeve yazılmış ve araştırma hipotezlerini destekleyecek kuramsal bağlam oluşturulmuştur.

LİDER ÜYE ETKİLEŞİMİ (LÜE)

Lider-Üye Etkileşim teorisi, Blau (1964)’nun sosyal değişim teorisi üzerine inşa edilmiştir. Sosyal değişim teorisini referans alan Dansereau, Cashman ve Graen 1973 yılında geliştirmiş oldukları Dikey İkili Bağlantı Modeli “Vertical Dyad Linkage” ile LÜE’i temellendirmişlerdir. Takip eden yıllarda ise LÜE olarak

adlandırılmış (Dinesh & Liden, 1986: 618) ve liderin, astları ile farklı düzeylerde kendine özgü “değişime dayalı” ilişkiler geliştirdiklerini (Dienesch & Liden, 1986; Graen & Uhl-Bien, 1995; Wayne vd., 1997: 82), lider ve grup üyeleri arasında oluşan farklı ilişkiler türlerine dayanan (Liden vd., 2006: 723) bir teori olarak literatürde kavramsallaşmıştır. Teori, lider ile üyeler (astlar) arasındaki dikey yönlü ilişkilere odaklanmaktadır (Steiner, 1997: 60).

Lider-Üye Etkileşimi, bir lider ve bir izleyici (ast) arasında gelişen ilişkinin kalitesini, bireysel, grup ve örgütsel düzeydeki sonuçlar (çıktılar) olarak değerlendiren bir teoridir (Gerstner & Day, 1997: 827). LÜE teorisi, liderlerin tüm astları ile ilişkisinde aynı tarzları kullanmadıklarını, aksine her bir ast ile farklı bir ilişki veya değişim ilişkisi türü geliştirdiklerini öne sürmektedir (Dansereau vd., 1975: 74; Liden & Graen, 1980: 451; Liden & Maslyn, 1998: 43). Söz konusu teori, grup üyelerinin sergilemiş olduğu rollerin lideriyle olan ilişki ve etkileşimlerine bağlı olarak geliştiğini ve bu sürecin sonucunda lider ve grup üyeleri (astlar) arasında gelişen ilişkilerin birbirinden farklılık gösterdiğini (Graen & Uhl-Bien, 1995: 220) öne sürmektedir. LÜE teorisine göre, lider bazı astlarıyla daha yakın ve samimi ilişkiler geliştirmekte ve onlara birtakım ayrıcalıklar sunmakta; fakat her üyeye karşı böyle bir etkileşim içerisinde bulunmamaktadır (Bulgurcu Gürel, 2016: 1737). Bu ilişkiler geleneksel olarak, iki taraf arasında değişime konu olan fiziksel veya mental çabaya, maddi kaynaklara ve bilgi desteğine göre farklılaşmaktadır (Liden vd., 1997: 48; Nahrgang vd., 2009: 257). Bu bağlamda teorinin, liderin kontrolü altında olan gücü ve kaynakları üyeleriyle farklı sosyal değişim ilişkileri geliştirirken nasıl kullandığını açıklamaya yönelik olduğunu söylenebilir (Deluga & Perry, 1994:67).

LÜE teorisini diğer teorilerden ayıran en belirgin ve temel özelliği liderin üyelere karşı davranışlarını iç grup (in-group) ve dış grup (out-group) şeklinde iki kategoriye ayırmasıdır (Uğurluoğlu vd., 2013: 2). Yüksek güven, üst düzeyde etkileşim, sorumluluk, daha fazla destek ve resmi / gayri resmi ödüller ile karakterize edilen iç grup (yüksek düzeyde LÜE) ile, düşük güven, sınırlı etkileşim, sınırlı sorumluluk, daha az destek ve ödüller ile karakterize edilen dış grup (düşük düzeyde LÜE) (Dienesch & Liden, 1986: 621; Graen & Uhl-Bien, 1995: 227; Liden & Maslyn, 1998: 43). İç grupta yer alan astlar, liderleriyle yüksek kaliteli etkileşime sahipken, dış grupta yer alan astların liderleri ile olan etkileşimlerinin kalitesi düşük düzeydedir (Gürbüz & Ayhan, 2017: 3). İç gruptaki üyeler, liderleri için her zamankinden daha çok çaba sarf edip daha fazla işler yaparken, dış grup üyeler ise liderle daha az etkileşim içerisinde olup, çoğunlukla iş noktasında rutin görevlerini yerine getirip evlerine dönmekteler (Dione, 2000: 5'den akt. Cevrioğlu, 2007: 32). Düşük kalitedeki lider-üye ilişkileri, istihdam sözleşmesinde özel bir alanın ötesinde ilerlemeyen ekonomik (iş sözleşmesi) değişimlerle karakterize edilirken, yüksek kaliteli lider-üye ilişkileri istihdam sözleşmesinin gerektirdiklerinin ötesine uzanan sosyal değişimler açısından karakterize edilmiştir (Sparrowe & Liden, 1997: 523). Üstleri ile yüksek kaliteli

ilişkiye sahip olan astlar, örgütsel ödül ve ayrıcalıklara sahip olurken, düşük kaliteli ilişkiye sahip olan astlar resmi edimlerin dışına çıkamazlar (Dienesch & Liden, 1986: 621). Dienesch & Liden (1986: 622), karşılıklı deneyimlenen olayların anlamıyla ilgili anlaşmanın lider üye etkileşiminin iç grup üyelerinde dış grup üyelere göre daha büyük olduğunu belirtmişlerdir.

İç grup kategorisindeki lider-üye etkileşimi, daha fazla lider dikkati, lider desteği, üyelerin işine harcadığı zaman ve enerji miktarı, üyelerin işe karşı tutumları ve daha az iş sorunu ile karakterize edilmektedir (Dienesch & Liden, 1986: 622). Bu kategorideki üyeler, kendilerine sağlanan ayrıcalıklar sonucunda işlerinde daha fazla sorumluluk alma eğiliminde olup, işlerin başarımına yönelik daha fazla enerji ve zaman harcamaya her zamankinden daha çok isteklidirler (Liden & Graen, 1980: 452). İç grup kategorisindeki üyeler, liderin iş yükünün getirmiş olduğu yoğunluk ya da liderin kişisel yakınlıktan kaynaklı olarak örgütün bazı kilit noktalarında bulunan astlarıyla diğerlerine göre samimi ilişki geliştirdikleri (Çalışkan, 2009: 221), ve onlarla karşılıklı güven, saygı, beğenilirlilik gibi etkileşimlere dayalı ilişkiler içinde bulunduğu kimselerdir (Dienesch & Liden, 1986: 621; Şahin, 2011: 277). İç gruptaki üyeler, liderleri ile karşılıklı güven sonucunda geliştirdikleri yüksek düzeyde etkileşim ve güçlü sadakat ilişkisi neticesinde kariyer, ödül gibi iş fırsatlarından daha çok yararlanabilmektedirler (Dienesch & Liden, 1986: 625-626; Graen & Uhl-Bien, 1995: 232). Bu gruptaki üyelerin davranışları liderin kontrol ettiği ekonomik ödüllerden etkilenmekte ve bundan dolayı bu astların liderden gelen emirlere uyması daha kolaydır. Benzer şekilde, astın motivasyonu grubun iyiliği dikkate alınmaksızın, kendi kişisel çıkarlarının memnuniyetine dayanır (Graen & Uhl-Bien, 1995: 232). Çünkü kaliteli bir etkileşimin temelinde bir üyenin (astın) ilgi ve ihtiyaç duyduğu konular liderin kontrolü altında olmasıdır. Bu konular, ilgi duyulan ve istenen işin verilmesi, daha çok sorumluluk ve yetki verilmesi, liderin karar verme sürecine aktif katılım, personel desteği ve üyenin kariyer planlarının gerçekleştirilmesi gibi durumları kapsamaktadır. Üstüyle yüksek etkileşim içerisinde olan ast, daha yüksek statü, etki ve ücret almasının karşılığında ek görevler ve sorumluluklar üstlenir (Cevrioğlu, 2007: 33).

Dış grup lider üye etkileşimi, hiyerarşik bir ilişki ve etkileme özelliğine sahip olup, tanımlanmış rol ilişkileri ve lider nezaretinin ön planda olduğu (Boies & Howell, 2006: 247) lider ve üye bağlılığının zayıflığı ve düşük güven, sınırlı etkileşim, düşük destek ile karakterize edilmektedir (Bolat, 2011:67). Dış grup kategorisindeki üyeler, liderleri ile daha resmi ve düşük düzeyde etkileşim içerisinde (Dansereau vd., 1975: 74; Liden & Maslyn, 1998: 43) olduklarından bu gruptaki üyeler daha az destek gören ve kariyer, ödül gibi iş fırsatlarından çok az istifade eden kimselerdir (Dienesch & Liden, 1986: 622). Liden & Graen (1980), dış grup üyelerin karar verme ve işe yönelik faaliyetlere daha az zaman ayırdıklarını, özel görevler ve ekstra çalışma için gönüllü olma olasılıklarının iç grup üyelere göre daha düşük olduğunu ve iç grup üyelere göre genel performanslarının göre daha düşük olduğunu tespit etmişlerdir (Dienesch & Liden,

1986: 622). Nitekim Dansereau, Graen, & Haga, (1975) bu grup üyelerinin iş tanımlarının gerektirdiği beceriye sahip olmayı yeterli görmelerinin yanı sıra, işlerine yönelik bir heves taşımadıklarını, sadece sorumlu oldukları görevleri yerine getirmeyi yeterli gören kişiler olduğunu ifade etmiştir. Düşük kaliteli LÜE ilişkisi olarak ifade edilen bu gruptaki üyeler kendilerine verilen görev ve sorumlulukları yerine getirmeleri durumunda kendilerine iş sözleşmelerinde taahhüt edilen biçimsel haklardan yararlanırlar (Bolat, 2011: 257).

İŞ TATMİNİ

İş tatmini kavramının akademik çevrelerce araştırılması uzun bir geçmişe sahiptir. İlk olarak, Elton Mayo'nun 1933'te (Chicago) Hawthorne'daki Western Electric şirketinde üretkenlik (productivity) çalışmasıyla başlamış (Giri & Kumar, 210: 138) ve daha sonra Hawthorne Araştırmaları olarak kabul görmüştür. O zamandan sonra da pek çok bilim insanı tarafından araştırılan bir fenomen haline gelmiştir. Locke'a (1976: 1300) göre, iş tatmini, kişinin işini veya iş deneyimlerini değerlendirilmesinden kaynaklanan hoşça giden, zevkli veya olumlu bir duygusal durumdur. Benzer şekilde Bettencourt & Brown (1997: 42) ile Giri & Kumar (210: 138)'de iş tatminini bir çalışanın iş durumuna ilişkin genel duygusal değerlendirmesi şeklinde ifade etmiştir. Basitçe ifade edilecek olursa, iş tatmini "insanların işlerini ne ölçüde sevdiğini"dir (Spector,1996: 214). Bütün bu tanımlarda, iş tatmini, bir çalışanın kendi işiyle ilgili ve çalışanın işi sevip beğenmediğine ilişkin duygusal / duygusal bir tepkidir (Lambert vd., 2016: 23). İş tatmini bireyin sadece kendini değil, psikolojik durumu ve dolayısıyla arzuları, hoşnutsuzluğu dile getirme isteği, mevcut işin karşılaştırıldığı varsayımsal alternatifler gibi nesnel koşullara da bağlıdır. Çünkü iş tatmini hem nesnel hem de öznel faktörleri yansıtmaktadır (Freeman, 1977: 7).

Örgütsel yapının çeşitliliği ve insanların öznel girişimleri nedeniyle, iş tatmini etkileyen faktörler karmaşık ve çeşitlidir (Yuen vd., 2018: 2). İş tatmini, *çalışma ortamı ve fiziki koşullar* (gürültü, havalandırma, ışıklandırma, kalabalık vb), *bireysel* (kendini gerçekleştirme, sorumluluk düzeyi, iş yükü miktarı, rollerdeki belirginlik düzeyi vb), *bireylerarası ilişkiler* (yöneticiler ve iş arkadaşlarıyla ilişkiler) ve *örgütsel faktörler* (belirsizlik, idari politikalar, ücret ve iş güvenliği vb.) gibi faktörler ile ilişkilidir (Batıgün & Şahin 2006: 33; Sunal vd., 2011: 265-266). Benzer şekilde Pagán (2013: 863)'te iş tatmininin; fiziksel çaba, zaman baskısı, özgürlük seviyesi, yeni beceriler geliştirme, işyerinde destek, işin tanınması, maaş, terfi beklentisi ve iş güvencesi faktörlerden etkilendiğini araştırmada bulgulamıştır. Spector (1997) ise, iş tatminin takdir, iletişim, iş arkadaşları, yan haklar, iş koşulları, işin doğası, kuruluşun yapısı, kurumun politika ve prosedürleri, ücret, kişisel gelişim, terfi fırsatları, tanınma, güvenlik ve denetim gibi faktörlerden etkilendiğini belirtmiştir (Lu vd., 2005 :212).

İş tatmini zihinsel olmaktan ziyade duygusal bir kavram olduğundan dolayı öznel (kişisel) bir özelliğe sahiptir, bu bakımdan bir liderin/yöneticinin yapması gereken en önemli şey, çalışanlarının istenilen düzeyde bir tatmin duygusuna erişmeleri için destek olmaktır (İşcan & Timuroğlu, 2007: 125). Yöneticiler ve çalışanlar arasındaki etkileşimler genel olarak iş tatmini ile ilişkilendirilmiştir. Çalışanlar ve yöneticiler arasındaki bu etkileşim, uzun zaman önce Vroom (1964) tarafından kuruldu. Yöneticilerle iyi çalışma ilişkilerine ek olarak, bireyler genellikle değerlerini paylaşan iş arkadaşları, meslektaşları ve / veya astları tercih ederler (Hagedorn, 1996: 571). Yöneticinin çalışanlarını motive etmesi, onlara tatmin duygusu sağlayan davranışları geliştirmekle mümkündür. Söz konusu davranışlar bireysel tatmin sağlamanın yanı sıra örgütsel hedeflere ulaşılabilmesinde katkı sağlayacaktır (Ağırbaş vd., 2005: 332).

PSİKOLOJİK SAHİPLENME

İnsanoğlu yaşamı boyunca birçok şeye (hedef/nesne) sahip olmakta veya birçok şeyi sahiplenmektedir. Asatryan & Haemoon Oh' unda (2008: 363) belirttikleri gibi maddi sahipliğin yanı sıra maddi olmayan olgulara ilişkinde sahiplik temelinde güçlü hisler beslenmektedir. Duygusal bağlama vurgu yapan bu durum hedefin soyut ya da somut oluşunu önemsiz hale getirmektedir. Bu hedef bir örgütün bütünü, işgörenin yaptığı iş, oturduğu sandalye, kullanmış olduğu bilgisayar programı veyahut bir düşünce dahi olabilmektedir. Dolayısıyla önemli olan, hedefe yönelik sahiplik hissinin oluşmasıdır. Bu noktada psikolojik sahiplik kavramının ön plana çıktığı bilinmektedir. Psikolojik sahiplik olgusunun örgüt ve örgütsel davranış araştırmaları için uygun bir yapıda olması, alan yazında ilgi görmesini sağlarken; çalışmaların olumlu işgören tutum ve davranışları üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Avey vd., 2009: 174). Nitekim psikolojik sahiplenme (PS) olgusunu örgütsel bağlamda ele alan birçok araştırmancının (Mayhew vd., 2007; Özler vd., 2008; Pierce vd., 2001; Pierce & Rodgers, 2004; Van Dyne & Pierce, 2004; Uçar, 2015) temel vurgusu; sahiplik hissiyatları yüksek olan işgörenlerin pozitif duygu, tutum ve davranışlar sergiledikleri şeklindedir.

Psikolojik sahiplik, koşullara bağlı olarak işgörenlerin çalıştıkları örgüte ve örgüt içerisindeki çeşitli faktörlere yönelik geliştirdikleri sahiplenme hissiyatı (Pierce vd., 2004: 511), mülkiyet edinmeye dair hak talebinin yasal veya yasal iddiasının yokluğundaki sahiplenme hissiyatı (Mayhew vd., 2007: 477), işgörenlerin yasal/finansal bir sahiplikleri olmamasına rağmen iş ve örgütlerine karşı sahiplik hissetmeleri (Vandewalle vd., 1995: 211) şeklinde tanımlanmaktadır. Bununla birlikte örgütsel düzlemde ele alınan çalışmaların insan gelişimi, psikoloji ve sosyoloji yazınlarından beslendiği görülmektedir. Psikolojik sahiplik, resmi ya da finansal olarak sahipliği olmamasına karşın bireyin bir nesneye (hedefe) yönelik sahiplenme hissi olarak tanımlanmaktadır. Son dönemde örgütsel araştırmalara sıklıkla konu olmakla birlikte olumlu işgören tutum ve davranışları ortaya çıkarması bakımından önemi giderek artmaktadır. Bununla birlikte psikolojik

sahiplik yazınında hedef terimi geniş bir alanda ele alınmakta ve kişi için hedef neyi temsil ediyorsa onu nitelemektedir. Bu bakımdan sahipliğin hedefi farklılaşabilmekte ve örgütsel düzlemde bu hedef, yalın olarak işgörenin işi ya da örgütün bütünü olabilmektedir.

Psikolojik sahiplik yazınında sahipliğin hedefi kişi veya grup için neyi temsil ediyorsa ona yönelik bir nitelik kazanmaktadır (Avey vd., 2009: 174). Nitekim işyeri düzleminde psikolojik sahipliğin hedefi işgörenin işi ya da örgütün bütünü gibi iki farklı şekilde ortaya çıkabilmektedir (Benhard & O'Driscoll 2012; Brown vd., 2005; Mayhew vd., 2007). Ampirik çalışmaların psikolojik sahiplik olgusunu çoğunlukla olumlu işgören tutum ve davranışlarıyla birlikte değerlendirdiği görülmektedir (Mayhew vd., 2007; Ötken, 2015; Özler vd., 2008; Pierce vd., 2001; Pierce vd., 2004; Pierce & Rodgers, 2004; Stander & Coxen, 2017; Uçar, 2015; Van Dyne & Pierce, 2004).

ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLERİ

İş tatmininin psikolojik sahiplenme üzerindeki etkisi: örgüt yapı ve özelliklerinin (normlar, kurallar, hiyerarşi, uzmanlaşma, standartlaşma, merkezileşme vb.) psikolojik sahiplenmeyle ilişkisi bilinmektedir (Pierce vd., 2003). İş ve işlemlerin aşırı derecede standartlaştığı ve çalışanlardan aynı tür davranışları göstermelerinin beklendiği katı ve mekanik örgütsel yapılar, çalışanların psikolojik sahiplenmeye yönelik güdülerini baskılamalarına sebebiyet vermektedir (Pierce vd., 2003: 24-25). Düşük düzeyde yapılandırılmış işlerin çalışanlara işleri üzerinde daha fazla kontrol ve özerklik sağlamalarına olanak verdiği için psikolojik sahiplenmenin oluşumuna katkı sağlamaktadır (O'driscoll vd., 2006: 389). Bu noktada bireyin işi üzerindeki kontrol, özerklik ve etkin olduğuna yönelik algıları psikolojik sahiplenmeyi etkilemektedir. Bununla birlikte karmaşık iş yapılarının çalışanlara daha fazla özerklik ve kontrol sağladığından hareketle yapmış oldukları işi kendi isteklerine göre düzenleme imkanına sahip olmaktadır. Bu sahipliğin hedefi üzerinde bireyin daha fazla zaman ve enerji harcamasına neden olurken sorumluluk duygusunun da oluşmasına katkı sağlamaktadır (Pierce vd., 2004: 510). Bu bakımdan sorumluluk psikolojik sahiplenmenin öncülleri arasında değerlendirilmektedir. Pierce vd., (2001), sahipliğin hedefi üzerindeki kontrol ve özerkliğin, sahipliğin hedefini daha yakından tanımaya ve ona öz yatırım yapmaya olanak sağlayan, psikolojik sahiplenmenin ortaya çıkmasına zemin hazırlayan temel etkenler olduğunu belirtmektedirler. Eren (2000: 186), aşırı uzmanlaşma ile işlerin basit rutinelere dönüşmesi ve iş ve işlemlerin standartlaştığı mekanik örgüt yapısı içerisinde çalışanların yapmış oldukları işin kendilerine anlamlı gelmediği, kendilerini dar bir alana sıkışmış hissettiklerini belirtmektedir. Ayrıca Sabuncuoğlu & Tüz (2005: 118) bu durumun monotonluk yaratırken çalışanların işlerine yabancılaşmasına ve dolayısıyla moralsizlik ve motivasyonsuzluğa neden olduğunu belirtmişlerdir. Daha özelden iş yelpazesinin genişliğinin çalışanların işlerinden sıkılmalarını

azaltırken iş tatmini üzerinde pozitif etkisinin olduğu belirtilmektedir (Wright & Davis, 2003: 74). Ayrıca Worthy'de (1950: 175) uzmanlaşmayla birlikte işin, çalışanlar için anlamını yitirdiğine, bu durumda işgörenlerin moral motivasyon ve iş doyumları üzerinde olumsuz etkiler yarattığını vurgulamaktadır.

Literatür bulgularından da anlaşılacağı üzere hem iş tatmininin hem de psikolojik sahiplenmenin neredeyse aynı mekanizmalardan etkilendiği anlaşılmaktadır. Ancak bu noktada açıklığa kavuşturulması gereken şey, bu iki değişken arasında bir ilişki var mıdır ve hangi değişken bağımlı hangisi bağımsız değişkendir ya da bu ilişki karşılıklı bir etkileşim midir? Bu soruların yanıtlanması gerekmektedir. Aslında Md-Sidin vd., (2010) ve Sieger vd., (2011) araştırma bulguları psikolojik sahiplenmenin iş tatminine neden olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak bu araştırma için oluşturulan araştırma modelinde bunun tam aksi iddia edilmektedir. Md-Sidin vd., (2010) ve Sieger vd., (2011) araştırmalarında kuramsal bağlamın sığ olduğu dolayısıyla psikolojik sahiplenmenin iş tatminine etkisinin ne şekilde olduğu tam anlamıyla açıklanmamıştır. Oysaki kontrol ve özerklik gibi araçlar sayesinde işgören işin çıktılarını (ürettiği sonuçlar) üzerinde etkisi olduğuna yönelik güdülerini tatmin etmektedir. Bu tatmin sonucunda iş, kişi için çekici hale gelirken, işe yönelik duygusal bir değer biçme durumu ortaya çıkmaktadır. Bu durumun sonucu olarak kişinin işi üzerinde etkili olma güdüsü tatmin olduğundan kişi yapmış olduğu işi benliğiyle bütünleştirmektedir. Nitekim Lee vd., (2011) hedef nesneye duygusal olarak değer biçmenin, bir diğer ifadeyle işten duyulan memnuniyet ve tatmin karlılığın psikolojik sahiplenmeyi doğrudan etkilediğini bulgulamışlardır. Dolayısıyla psikolojik sahiplenmenin iş tatminini etkilediğini iddia etmek zorlaşmaktadır. Bununla birlikte kuramsal düzlemde ele alınan araştırma sonuçlarının bilimsel veriler olduğundan hareketle psikolojik sahiplenme ve iş tatmini arasındaki ilişkinin karşılıklı bir ilişki olabileceği sonucuna da ulaşılabilir. Ancak bu araştırmada iş tatmininin psikolojik sahiplenme üzerinde etkisi olduğu iddia edilmekte ve bu bakımdan aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H₁: İş tatmini psikolojik sahiplenmeyi olumlu yönde etkiler.

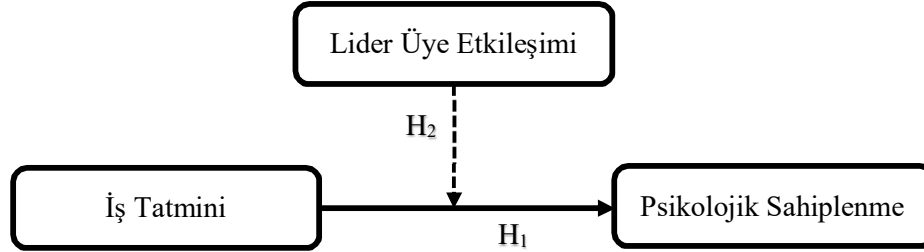
Lider üye etkileşiminin iş tatmini ve psikolojik sahiplenme ilişkisi üzerindeki düzenleyicilik etkisi: İş tatmini ve LÜE ilişkisinin varlığına yönelik Miles vd., (1996: 280)'nin çalışmaları önemli bir kanıttır. Araştırmacılar her ne kadar ast-üst etkileşiminin boyutlarını ortaya koymuş olsalar da boyutlardan ikisi dikkat çekicidir. Bunlar; ast ve üstlerin insani ilişkiler içinde olmasına vurgu yapan olumlu ilişkiler yönelimi ve astlarını başkalarının yanında eleştirmelerine vurgu yapan olumsuz ilişkiler yönelimidir. Bu, LÜE kuramı içerisinde yer alan iç ve dış üye ayırımına oldukça kuvvetli bir biçimde benzemektedir. Dolayısıyla LÜE ile iş tatmini arasında bir ilişkiden söz etmek olası hale gelmektedir. Ancak bu noktada bu ilişkinin yönü ya da şekli önemli hale gelmektedir. Bu ilişki karşılıklı bir etkileşim midir? Yoksa iş tatmininin öncülleri ya da ardıllarıyla ilişkilerini düzenleyen farklı bir etkileşim türü müdür? Dolayısıyla buna yanıt verilmesi

gerekmektedir. Konuya ilişkin literatür, liderlik tarzının (Kirmeyer & Lin, 1987; Mitchell & Larson, 1987: 139-140), astların üst düzey yöneticileriyle iyi ilişkilerinin (Lee & Ji, 2018: 57), astların yöneticilerinden aldıkları destekleyici tutumların (Alegre vd., 2016: 1391; Babin & Boles, 1996: 60) çalışanların iş tatmin düzeylerini etkilediğini göstermektedir. Bu araştırmaların yanı sıra, Volmer vd., (2011) araştırmalarında LÜE ve iş tatmininin karşılıklı olarak birbirini etkilediğini, LÜE'den iş tatminine ve iş tatminden LÜE'e anlamlı ve eşit derecede güçlü bir etkileşim olduğunu tespit etmişlerdir. Brimhall (2014) araştırmasında lider-üye etkileşiminin iş tatmini üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucuna varmıştır. Gerçekten de önceki araştırmalar, daha yüksek kalite seviyesinde lider-üye etkileşiminin çalışanlar arasında daha yüksek düzeyde iş tatmini sağladığını göstermiştir (Gerstner & Day, 1997; Golden & Veiga, 2008; Green vd., 1996; Stepina vd., 1991;). Ayrıca pek çok araştırma bulgusu lider-üye etkileşiminin kalitesinin, çalışanların iş başında performans, yenilikçi performans daha fazla bağlılık, iş tatmini ve daha yüksek düzeyde karşılıklı beğeni gibi (Gerstner & Day, 1997; Janssen & Van Yperen, 2004: 368; Liden vd., 1997) sayısız olumlu sonuçla ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Sonuç olarak lider, takipçilerinin kalplerine ve zihinlerine hitap ederek davranışlarını etkilemektedir (Çiçek & Deniz, 2017: 153).

Lider Üye Etkileşimin psikolojik sahiplenmeyi olumlu olarak etkilediği bazı araştırmalarda (Lee & Lee, 2016; Seo & Lee, 2014;) ortaya konmuştur. Bununla birlikte farklı liderlik tarz ve özelliklerinin psikolojik sahiplenme üzerindeki etkisi birçok araştırmaya konu olmuştur. Bunlar; dönüşümcü liderlik (Avey vd., 2009; Bernhard & O'Driscoll, 2011; Ghafoor vd., 2011), edimsel liderlik (Bernhard & O'Driscoll, 2011), etik liderlik (Avey vd., 2012), yardımsever liderlik (Zhu vd., 2013) ve hizmetkar liderlik (Yıldız & Yıldız, 2015) gibi farklı liderlik tarzlarının psikolojik sahiplenme üzerindeki etkilerini inceleyen çeşitli araştırmalardır. Sonuç olarak ampirik araştırmalar, yüksek kaliteli LÜE ilişkileri ile ilişkili olumlu sonuçlar elde edileceğine dair önemli kanıtlar sunmaktadır. Araştırmacılar LÜE ilişkilerinin önemli sonuçlara doğrudan etkilerinin yanı sıra, pek çok değişken üzerinde düzenleyici veya aracılık yapabileceğini öne sürmektedir (Gerstner & Day, 1997; Harris vd., 2011: 271). Örneğin, Major vd., (1995) çalışanların beklentilerin iş tatmini ve işten ayrılma niyetlerini nasıl etkilediğiyle ilgili olarak LÜE'i moderatör olarak kullanmıştır. Nikolić vd., (2013) tarafından yapılan çalışmada LÜE'in iç iletişim ve iş tatmini ilişkisinde düzenleyici etkisi olduğunu bulgulamışlardır. Fisk & Friesen (2012) LÜE ve liderin duygu düzenlemesinin çalışanların iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde düzenleyici etkisini tespit etmişlerdir. Buradan hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H₂: Lider üye etkileşimi, iş tatmini ve psikolojik sahiplenme arasındaki ilişki üzerinde düzenleyici etkiye sahiptir.

Şekil 1: Araştırma Modeli



ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmanın ana kütlesini Bitlis ilinde faaliyet gösteren 4 tane tekstil işletmesinin çalışanları oluşturmaktadır. Örneklem olarak basit tesadüfi örneklem yöntemi benimsenmiş ve bu doğrultuda araştırmaya gönüllü katılım sağlayan çalışanlar örneklem olarak kabul edilmiştir. Katılımcıların çalışmış oldukları işletmelerin sahipleri / yöneticileriyle görüşülmüş ve gerekli izinler alındıktan sonra araştırmacılar tarafından katılımcılara araştırma konusu hakkında bilgi verilmiş ve soru formları bizzat araştırmacılar tarafından dağıtılmıştır. Ancak katılımcı olacakları değerlendirilen bir kısım çalışan farklı nedenlerden dolayı araştırmaya katılım sağlamak istememiştir. Sonuç olarak araştırmanın örnekleme yanıtlanması için dağıtılan 300 anket formundan 241 tanesi katılımcılar tarafından doldurulmuştur. Ancak 21 katılımcıya ait soru formunun eksik doldurulduğundan ve bir kısmının da yapılan analizlerde (boxplot tekniğiyle aykırı değer belirleme) uç değerler oluşturduğu ve tekrar ettiği tespit edildiği için analizlere dâhil edilmemiştir. Dolayısıyla geri kalan 220 katılımcıya ait anket formları değerlendirilmeye alınmıştır. Bu bakımdan araştırmanın ana kütlesinin yaklaşık olarak 510 kişiden oluştuğundan örneklemin kabul edilebilir sayıda olduğu söylenebilir. Araştırmada iş tatmini ve psikolojik sahiplenme ilişkisi üzerinde lider üye etkileşiminin düzenleyici rolü araştırılmıştır. Soru formu aracılığıyla 220 katılımcıdan elde edilen veriler üzerinde IBM SPSS Statistics 25 programları kullanılarak güvenilirlik, geçerlilik, açıklayıcı faktör, korelasyon ve hiyerarşik regresyon analizleri yapılmıştır.

Ölçüm Araçları

Araştırma nesnelci bir yaklaşımla tasarılanmıştır. Dolayısıyla araştırma için gerekli olan verinin sağlanması amacıyla yapılandırılmış soru formundan (anket) yararlanılmıştır. Bu soru formu toplamda 30 ifadeden oluşmaktadır. Bu ifadelerin 24'ü araştırma konusu değişkenleri ölçmeye ilişkinken, geriye kalan 6 ifade ise anket katılımcılarının demografik özelliklerini belirlemek için hazırlanmıştır. Soru formunda yer alan ölçekler için 1=Kesinlikle Katılmıyorum ile 5=Kesinlikle Katılıyorum aralığında 5'li Likert tarzı ölçeklendirmeden yararlanılmış olup, katılımcı yargılarının bu derecelendirilmeye göre ölçülmesi tercih edilmiştir.

Psikolojik Sahiplenme Ölçeği: Psikolojik sahiplenme Van Dyne ve Pierce (2004) tarafından geliştirilen, Ötken (2015: 125) tarafından da güvenilirlik ve geçerliliği test edilmiş olan yedi ifadeye sahip tek boyutlu ölçekten yararlanılarak ölçülmüştür.

İş Tatmini Ölçeği: İş tatminini ölçmek için Yoon & Thye (2002)'nin araştırmasında kullandıkları ve Işık (216) tarafından Türkçe'ye uyarlanan ve toplam beş ifadeden oluşan tek faktörlü ölçek kullanılmıştır.

Lider Üye Etkileşimi: Moderatör (düzenleyici) değişken olan Lider üye etkileşimi için Liden & Maslyn (1998) tarafından geliştirilen, on iki ifade ve dört faktörden (etki, katkı, saygı ve güven) oluşan ölçek kullanılmıştır.

Katılımcılar

Katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 1'de belirtilmiştir. Buna göre; katılımcıların yaklaşık %62'sinin erkek %37'sinin de kadın olduğu görülürken, katılımcıların %43,2'sinin 20-29 ve %42,7'sinin de 30-39 yaş aralığında genç ve genç sayılabilecek bireylerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Sektördeki çalışma yılına bakıldığında, ilk beş yıl içerisinde olan katılımcıların oranının yaklaşık olarak %53 olduğu anlaşılmaktadır. Eğitim durumu incelendiğinde ise katılımcıların yaklaşık olarak %52'si yükseköğrenime sahip olduğu görülürken, %32'sinin ise orta öğretim düzeyine, %15'inin de ilköğretim düzeyinde eğitime sahip oldukları anlaşılmaktadır. Ayrıca katılımcıların yaklaşık olarak %66,5'i kamu sektöründen, %33,5'i ise özel sektörden katılım sağlamışlardır.

Tablo 1: Katılımcı Demografik Bilgileri

Cinsiyet	F	%	Yaş	F	%
Erkek	137	62,3	20-29	95	43,2
Kadın	81	36,8	30-39	94	42,7
Belirtmemiş	2	0,9	40-49	28	12,7
Toplam	220	100	50 ve üzeri	3	1,4
Medeni Durum	F	%	Toplam	220	100
Evli	113	51,4	Sektör	F	%
Bekar	106	48,2	Kamu	146	66,4
Belirtilmemiş	1	0,4	Özel	74	33,6
Toplam	220	100	Toplam	220	100
Eğitim Durumu	F	%	Çalışma Yılı	F	%
İlköğretim	36	16,4	0-5	116	52,7
Lise	69	31,4	6-10	72	32,7
Ön Lisans	53	24,1	11-15	23	10,5
Lisans	56	25,4	16 ve üzeri	9	4,1
Lisans Üstü	6	2,7	Toplam	220	100
Toplam	220	100	Toplam	220	100

BULGULAR

Araştırma katılımcılarından elde verilerin analizlere uygunluğunu belirlemek için ilk önce her bir ölçek için ayrı ayrı güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Güvenilirlik analizleri sonucunda iş tatmininin Cronbach Alpha değerinin .930, lider üye etkileşimi Cronbach Alpha değerinin .971 ve psikolojik sahiplenmenin Cronbach Alpha değerinin .941 gibi yüksek güvenilirlikleri değerler aldıkları görülmüştür. Daha sonra ölçeklerin faktör yapılarına uygunluğunun tespiti için temel bileşenler analizi (Açımlayıcı Faktör Analizi) yapılmıştır. Promax Rotasyonunun uygulandığı temel bileşenler analizi sonucunda dört faktörlü bir yapı oluşturması beklenen Lider Üye Etkileşiminin tek faktörlü bir yapı oluşturduğu görülmüştür. Akabinde Principal Component menüsünden “Fixed Number of Factors” seçilerek ölçek dört faktörlü yapıya zorlanmıştır. Ancak dört faktörlü bir yapıyı oluşturacak faktör-madde skorlarının oluşmadığı görülmüştür. Aynı ölçeği araştırmada kullanan Zeynel (2018)’de ölçeğe yönelik yapmış olduğu açımlayıcı faktör analizinde ölçeğin tek boyutlu bir yapıda olduğu sonucunu bulmuştur. Bununla birlikte, Graen & Uhl-Bien (1995: 236) LEÜ ölçeği için en tutarlı bulgunun tek boyutlu olduğunu, açımlayıcı faktör analizlerinde çok boyutluluk için faktörler zorlandığında bile çok faktörlü bulgular elde edilemediğini ve çalışmaların çoğunun çok sayıda faktör bulamadığını belirtmişlerdir. Bu bakımdan araştırmamızda Lider Üye Etkileşimi ölçeği için tek faktörlü yapı dikkate alınmıştır. İş tatmini ve psikolojik sahiplenme değişkenlerine yönelik yapılan temel bileşenler analizi sonucunda iş tatmininin 5. ifadesi ile psikolojik sahiplenmenin 7. ifadesinin ,300’ün altında faktör yükü değerleri aldığı görülmüştür. Literatürde yaygın olarak kabul gören görüşe göre faktör yükünün ,300’den büyük olması beklenmektedir. Bu kritere uymayan iş tatmininin 5. ifadesi ile psikolojik sahiplenmenin 7. ifadesi analizden çıkarılmıştır. Kalan ifadelerle tekrar yapılan açımlayıcı faktör analizini daha iyi sonuçlar verdiği görülmüştür. Analiz sonucunda iş tatmini ve psikolojik sahiplenme değişkenlerinin orijinal ölçeklerde belirtildiği şekliyle tek boyutlu yapıya sahip oldukları görülmüştür. Ölçeklere ait faktör yükleri ve açıklanan varyans bilgileri Tablo 2’de belirtilmiştir.

Tablo 2: Temel Bileşenler Analizi (Boyut Faktör Yükleri n=220)

MADDELER	LİDER ÜYE	İŞ	PSİKOLOJİK
	ETKİLEŞİMİ	TATMİNİ	SAHİPLENME
	KMO: ,939	KMO: ,783	KMO: ,887
	T. Varyans: %73,77	T.Varyans:%76,65	T. Varyans: %72,97
LÜE-1	,862		
LÜE-2	,880		
LÜE-3	,874		
LÜE-4	,885		
LÜE-5	,906		
LÜE-6	,906		
LÜE-7	,859		
LÜE-8	,870		
LÜE-9	,840		
LÜE-10	,832		
LÜE-11	,801		
LÜE-12	,781		
İT-1		,776	
İT-2		,829	
İT-3		,976	
İT-4		,908	
PS-1			,841
PS-2			,888
PS-3			,900
PS-4			,902
PS-5			,850
PS-6			,733

Araştırmada düzenleyicilik test edilmeden önce geliştirilen araştırma modeline ilişkin çoklu doğrusal bağlantı sorunu varlığını tespit etmek amacıyla çoklu doğrudaşlığa (multicollinearity) bakılmıştır. Elde edilen VIF değerleri bağımsız değişkenler arası çoklu bağlantı olmadığını doğrulayan (VIF<5) sonuçlar vermiştir (Craney & Surles, 2002; Hair vd., 2006). İlgili değerlere ait sonuçlar Tablo 3'te belirtilmiştir.

Tablo 3: Değişkenlere İlişkin Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri

Değişkenler	VIF	Tolerans	Ort.	SS.	1	2
Lider Üye Etkileşimi	1,909	,524	2,76	1,16	-	
İş Tatmini	1,957	,581	3,11	,98	,539**	-
Psikolojik Sahiplenme	1,133	,882	2,92	,97	,832**	,875**

Değişkenlerin faktör yapıları belirlendikten sonra bağımlı, bağımsız ve düzenleyici değişkeninin de dâhil olduğu korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 3'den de görülebileceği gibi değişkenler arasında anlamlı etkiler olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar araştırmaya konu olan değişkenler arasında önemli etkilerin olabileceği varsayımını kuvvetlendirmektedir.

Tablo 4: İş Tatmininin ve Psikolojik Sahiplenme Üzerindeki Etkisinde Lider Üye Etkileşiminin Düzenleyiciliği

Model 1	Standardize edilmemiş B	Std. Hata	Standardize edilmiş Beta	Sig.	t	F	R ²	Düz R ²
Sabit	,816	,159				192,216	,469	,466
İş Tatmini	,677	,049	,685**	,000	13,864			
Model 2	Standardize edilmemiş B	Std. Hata	Standardize edilmiş Beta	Sig.	t	F	R ²	Düz R ²
Sabit	,730	,142				148,952	,579	,575
İş Tatmini	,364	,060	,368**	,000	6,048			
LÜE	,383	,051	,458**	,000	7,526			
Bağımlı değişken: Psikolojik Sahiplenme								
Model 3	B	SE	t	p	LLCI	ULCI		
1. Kısım								
Sabit	2,8396	,0510	55,7079	,0000	2,7391	2,9401		
İş Tatmini	,3431	,0598	5,7375	,0000	,2252	,4609		
Lider Üye Etkileşimi	,3606	,0507	7,1084	,0000	,2606	,4605		
Etkileşim Değişkeni (İTxLÜE)	,1054	,0376	2,8027	,0055	,0313	,1795		
Bağımlı Değişken: Psikolojik Sahiplenme; $R^2 = ,5933$ $F = 105,0564$, $p < 0,01$, $\Delta R^2 = 0,148$ Not: LLCI (Lower-limit of confidence interval) = alt limit; ULCI (Upper-limit of confidence interval) = 99% güven aralığı; UL = üst limit.								
2. Kısım								
	Etki	SE	t	p	LLCI	ULCI		
<i>Düşük, Orta ve Yüksek Lider Üye Etkileşimi Düzeylerinde İş Tatmininin Psikolojik Sahiplenmeye Etkisi</i>								
DÜŞÜK (-1,1559)	,2212	0,783	2,8265	0,031	,0670	,3755		
ORTA (,0000)	,3431	0,598	5,7375	0,000	,2252	,4609		
YÜKSEK (1,1559)	,4649	0,693	6,7069	0,000	,3283	,6015		

Tablo 4'te yer alan Model 1 ve Model 2 için hiyerarşik regresyon analizini uygulanmıştır. Model 1 incelendiğinde iş tatmininin psikolojik sahiplenme üzerinde pozitif yönde yüksek düzeyde ($\beta = 0,685^{**}$ ve $p: 0,000 < 0,001$,) 99% güven aralığında anlamlı etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. İş tatminin psikolojik sahiplenme üzerindeki varyansın %47'sini açıkladığı görülmüştür. Bu sonuç H_1 hipotezinin desteklendiğini göstermektedir. Model 2' de iş tatmini ve lider üye etkileşiminin psikolojik sahiplenme üzerindeki etkileri incelendiğinde lider üye etkileşimi değişkeni kontrol edilirken iş tatmininin psikolojik sahiplenme üzerindeki saf etkisinin pozitif yönlü olarak orta düzeyde ($\beta = 0,368^{**}$) ve $p: 0,000 < 0,001$, % 99 güven aralığında anlamlı olduğu görülmektedir. Lider üye etkileşiminin ise iş tatmini değişkeni kontrol edildiğinde psikolojik sahiplenme

üzerindeki saf etkisinin orta alt düzeyde ($\beta = .458^{**}$,) ve $p: 0,000 < 0,001$, 99% güven aralığında anlamlı olduğu anlaşılmaktadır. Model 2 sonucunda iş tatmini ve lider üye etkileşiminin psikolojik sahiplenme üzerindeki varyansın %58'sini açıkladığı görülmüştür

Araştırmanın temel hipotezi olan lider üye etkileşiminin iş tatmini ve psikolojik sahiplik ilişkisi üzerindeki düzenleyiciliği Model 3'te sunulmuştur. Model 3 için Andrew F. Hayes tarafından geliştirilen 3.2 Process Makrosu istatistik programı kullanılmıştır. İlgili program iki kısımdan oluşmaktadır. 1. kısımda etkinin varlığı ve yönü analiz sonuçlarından görülebilenken, ikinci kısımda ise bu etkinin gücü ve yönü farklı seviyelerde (düşük, orta ve yüksek) analiz çıktılarından izlenebilmektedir.

Tablo 4'ün 1. kısmında yer alan Model 3 incelendiğinde etkileşim değişkenine ait alt ve üst sınırların (,0313-,1795) sıfır noktasının üzerinde olduğu ve $p: 0,0055 < 0,01$ değerinin 95% güven aralığında model 3'ü anlamlı bir şekilde geliştirdiği ve R^2 'de oluşan değişimin (,0148) anlamlı ($p < 0,05$) olduğu görülmektedir. Bu sonuç lider üye etkileşiminin iş tatmini ve psikolojik sahiplenme ilişkisi üzerinde düzenleyici etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, iş tatmini ve psikolojik sahiplik ilişkisi üzerinde LÜE etkisinin bu ilişkinin yönünü ve gücünü ne şekilde etkilediği önemli hale gelmektedir. Model 3'ün ikinci kısmı incelendiğinde düşük, orta ve yüksek düzey lider üye etkileşiminin ayrı ayrı hesaplanmış olduğu görülmektedir. Sonuç olarak, iş tatmininin psikolojik sahiplenme üzerindeki etki yönü değişmezken, düzeyler yükseldikçe iş tatmini ve psikolojik sahiplenme ilişkisinin gücü $p: 0,000 < 0,05$ güven aralığında anlamlı olarak yükseltmektedir. Bu sonuç H_2 hipotezinin desteklendiğini göstermektedir.

SONUÇ

Bu araştırmada iş tatminin ve psikolojik sahiplenme üzerindeki etkisinde lider üye etkileşiminin düzenleyicilik etkisi araştırılmıştır. Bunun için üç modelin yer aldığı hiyerarşik regresyon ve process analizi uygulanmıştır. İlk iki modelde hiyerarşik regresyon analizi, üçüncü model ise Andrew F. Hayes tarafından geliştirilen 3.2 Process Makrosu istatistik programı kullanılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Model 1'de ki analiz sonucu iş tatmininin psikolojik sahiplenme üzerinde yüksek düzeyde pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Bu bulgu iş tatmin düzeyi yüksek olan çalışanlarda psikolojik sahiplenme hissiyatının daha yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir. Kuramsal kısımda da ifade edildiği üzere bazı araştırmalarda (örn; Md-Sidin vd., 2010; Sieger vd., 2011) psikolojik sahiplenmenin iş tatminine etkisi olduğu ampirik uygulamalarla ortaya konmuştur. Ancak her iki araştırmada da kuramsal bağlamının yeterli ve tatminkâr olmadığı değerlendirilmektedir. Aslında iş tatmini ve psikolojik sahiplenme gibi ele alınan değişkenlerin maddi bir olgu (bir davranış veya bir tutum) olmasının ötesinde psikolojik bir durumu ortaya koyması, bu

noktada ilişkinin ne şekilde oluşacağı yönünde bir karmaşaya neden olabilir. Ancak, kontrol ve özerklik gibi araçlar sayesinde işgören işin çıktılarını üzerinde etkisi olduğuna yönelik güdülerini tatmin etmektedir. Bu tatmin sonucunda iş, kişi için çekici hale gelirken, kişi ayrıca işiyle duygusal bir bağda gelişmektedir. Bu sonuç işgörenin işinden tatmin olmasını sağlarken, işini benliğiyle de bütünleştirmesini sağlamaktadır. Nitekim benlik, psikolojik sahiplenme araştırmalarında psikolojik sahiplenmenin bir bileşeni olarak değerlendirilmektedir. Bu noktada işgören açısından işin kimliğinin bir uzantısı halini almakta ve benliğinin bir parçası olarak çok köklü duruma dönüşmektedir (Avey vd., 2009, 174-175). Dolayısıyla sahipliğin hedefi birey açısından psikolojik zemine yerleştiğinde (bu ifade duygusal olarak değer biçmeyi işaret etmektedir) o hedef birey açısından “benimki” hüviyetine bürünmekte ve birey benliğini sahipliğin hedefiyle şekillendirdikçe sahipliğin hedefi de kişinin benliğiyle bütünleşmektedir. Ayrıca Lee vd. (2011) hedef nesneye duygusal olarak değer biçmenin, bir diğer ifadeyle işten duyulan memnuniyet ve tatmin karlılığın psikolojik sahiplenmeyi doğrudan etkilediğini bulmuşlardır. Belirtilen kuramsal bağlam ve araştırmacıların sezgilerine dayalı olarak iş tatmininin psikolojik sahiplenme üzerinde etkisinin olduğu değerlendirilirken, araştırma sonuçlarının da bu savı desteklediği görülmüştür. Araştırmada düzenleyici değişken olan lider üye etkileşiminin psikolojik sahiplenmeyi pozitif yönde etkilediği ve bu bulgunun da literatürdeki araştırmalar (Lee & Lee, 2016; Seo & Lee, 2014) ile uyumlu olduğu görülmüştür.

Araştırmanın temel hipotezi olan; iş tatmini ve psikolojik sahiplik ilişkisi üzerinde lider üye etkileşiminin düzenleyicilik etkisi Model 3’ün birinci kısmında ortaya konulmuş, Model 3’ün ikinci kısmında düşük, orta ve yüksek değerler alan lider üye etkileşiminin iş tatmini ve psikolojik sahiplenme ilişkisini olumlu yönde ve anlamlı olarak geliştirdiği görülmüştür. Bu sonuç liderliğin ortamsal bir faktör olduğunu ve işgörenlerin psikolojik, tutumsal veya davranışsal olguları üzerinde kolaylaştırıcı, zorlaştırıcı, arttırıcı veya azaltıcı etkileri olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla liderin astlarıyla olan etkileşiminin kalitesi onların işlerini ya da örgütlerini sahiplenmelerine ve iş tatminlerine etkileyen önemli bir faktördür. Araştırmanın kuramsal bölümünde de belirtildiği üzere birçok araştırma bulgusunda olumlu işgören tutum ve davranışlarının lider üye etkileşiminin kalitesiyle ilişkilendirilmiş olması bu araştırmanın temel hipotezini desteklemektedir. Farklı etkileşim düzeylerindeki lider üye etkileşiminin, iş tatmini ve psikolojik sahiplenme ilişkisinin gücünü arttırdığı bulgusu araştırmanın en önemli sonucudur. Bu sonuç lider üye etkileşimindeki iç grup ve dış grup ayrımının olumlu ve olumsuz yanlarına dikkat çekmektedir. Liderlerin astlarıyla olan yüksek kaliteli etkileşim iç grup kategorisindeki astlarla ile gerçekleştiğinden dolayı liderin astlarına yönelik saygı, güven, destek, ödül ve samimi iletişim kurmasının önemine işaret etmektedir.

Araştırmada Liden & Maslyn (1998) tarafından geliştirilen, on iki ifade ve dört faktörden (etki, katkı, saygı ve güven) oluşan lider üye etkileşimi kullanılmış ve yöntem bölümünde de belirtildiği üzere ölçeğin tek faktörlü bir yapı oluşturduğu belirtilmiştir. Bu durumun da önceki araştırma bulguları ile desteklendiği de ayrıca ifade edilmiştir. Buradan hareketle, bundan sonraki araştırmalarda, araştırmacıların farklı lider üye etkileşimi ölçeği kullanarak söz konusu değişkenleri incelemelerinin ilgili alan yazına kuramsal katkı sağlayacağını söyleyebiliriz. Son olarak araştırmanın lider üye etkileşimi, iş tatmini ve psikolojik sahiplenme ilişkisine yönelik literatüre katkı sunmasının yanı sıra, pratikte de çalışan ve yöneticilere yol gösterici olması beklenmektedir.

Araştırma veri toplama ve örneklem noktasında birtakım sınırlılıklara sahiptir. Dolayısıyla araştırma bulguları değerlendirilirken göz önünde bulundurulması gereken bazı kısıtlar mevcuttur. Kısıtlardan ilki, araştırmanın örneklem sayısının sınırlılığıdır. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda örneklem sayısı artırılarak araştırma yapıldığı takdirde sonuçların genellenebilirliğine katkı sağlayacağı söylenebilir. Kısıtlardan ikincisi, örneklemin Bitlis ilindeki tekstil işletmeleri çalışanları ile sınırlı olmasıdır. Gelecekteki araştırmalarda farklı sektör çalışanlarının araştırmanın örneklemini olarak incelenmesi yararlı olabilir.

KAYNAKÇA

Ağırbaş, İ., Çelik, Y., & Büyükkayıkçı, H. (2005). Motivasyon araçları ve iş tatmini: sosyal sigortalar kurumu başkanlığı hastane başhekim yardımcılarında bir araştırma. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 8(3), 326-349.

Aiken, L. S., West, S. G., & Reno, R. R. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*, California: Sage.

Alegre, I., Mas-Machuca, M., & Berbegal-Mirabent, J. (2016). Antecedents of employee job satisfaction: Do they matter?. *Journal of Business Research*, 69(4), 1390-1395.

Asatryan, V. S. & Oh, H. (2008). Psychological ownership theory: An exploratory application in the restaurant industry, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32, 363-386.

Avcı, U. & Turunç, Ö. (2012). Dönüşümcü liderlik ve örgüte güvenin kariyer memnuniyetine etkisi: lider-üye etkileşiminin aracılık rolü. *Journal of Alanya Faculty of Business/Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(2), 45-55.

Avey, J. B., Avolio, B. J., Crossley, C. D., & Luthans, F. (2009). Psychological ownership: Theoretical extensions, measurement and relation to work outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 30(2), 173-191.

Babin, B. J. & Boles, J. S. (1996). The effects of perceived co-worker involvement and supervisor support on service provider role stress, performance and job satisfaction. *Journal of Retailing*, 72(1), 57-75.

Baş, Türker., Keskin, N., & Mert, İ. S. (2010). Lider üye etkileşimi (LMX) modeli ve ölçme aracının Türkçe’de geçerlik ve güvenilirlik analizi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 10(3), 1013-1039.

Batıgün, A. D. & Şahin, N. H. (2006). İş stresi ve sağlık psikolojisi araştırmaları için iki ölçek: A-tipi kişilik ve iş doyumunu. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 17(1), 32-45.

Bernhard, F. & O’driscoll, M. P. (2011). Psychological ownership in small family-owned businesses: leadership style and nonfamily-employees’ work attitudes and behaviors, *Group & Organization Management*, 36(3), 345-384.

Bettencourt, L. A. & Brown, S. W. (1997). Contact employees: Relationships among workplace fairness, job satisfaction and prosocial service behaviors. *Journal of Retailing*, 73(1), 39-61.

Boies, K. & Howell, J. M. (2006). Leader–member exchange in teams: An examination of the interaction between relationship differentiation and mean LMX in explaining team-level outcomes. *The Leadership Quarterly*, 17(3), 246-257.

Bolat, O. İ. (2011). Lider-üye etkileşimi ve tükenmişlik ilişkisi. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 13(2), 63-80.

Bolat, O. İ. (2011). Öz yeterlilik ve tükenmişlik ilişkisi: lider-üye etkileşiminin aracılık etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11(2), 255-266.

Brimhall, K. C., Lizano, E. L., & Barak, M. E. M. (2014). The mediating role of inclusion: A longitudinal study of the effects of leader–member exchange and diversity climate on job satisfaction and intention to leave among child welfare workers. *Children and Youth Services Review*, 40, 79-88.

Brown, G., Lawrence, T. B., & Robinson, S. L. (2005). Territoriality in Organizations, *Academy of Management Review*, 30(3), 577-594.

Bulgurcu Gürel, E. (2016). Lider-üye etkileşiminin çalışanların tutumları üzerindeki etkisi: Ampirik bir araştırma. *Journal of International Social Research*, 9(43), 1736-1743.

Cevrioğlu, E. (2007). *Lider-üye etkileşimi ile bireysel ve örgütsel sonuçlar arasındaki ilişki: Görgül bir inceleme*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.

Craney, T. A. & Surles, J. G. 2002. Model-dependent variance inflation factor cutoff values. *Quality Engineering*, 14(3), 391-403.

Çalışkan, S. C. (2009). Turizm işletmelerinde liderlik tarzları ve lider-üye etkileşimi kalitesi (LÜE) üzerine bir çalışma. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 219-241.

Çekmecelioğlu, H. G. & Ülker, F. (2014). Lider-üye etkileşimi ve çalışan tutumları üzerindeki etkisi: eğitim sektöründe bir araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28, 35-58.

Çiçek, B. & Almalı, V. (2017). E-Devlet Uygulamalarının lider üye etkileşimi üzerindeki etkisi. *Route Educational and Social Science Journal*, 4(8), 455-467.

Çiçek, B. & Deniz, M. (2017). Liderlere ve organizasyonlara değer temelli yaklaşım: değer merkezli liderlik ve etik iklim ilişkisi üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 150-168

Dansereau Jr, F., Graen, G., & Haga, W. J. (1975). A vertical dyad linkage approach to leadership within formal organizations: A Longitudinal investigation of the role making process. *Organizational Behavior and Human Performance*, 13(1), 46-78.

Deluga, R. J. & Perry, J. T. (1994). The role of subordinate performance and ingratiation in leader-member exchanges. *Group & Organization Management*, 19(1), 67-86.

Dienesch, R. M. & Liden, R. C. (1986). Leader-member exchange model of leadership: a critique and further development. *Academy of Management Review*, 11(3), 618-634.

Dionne, L. (2000). Leader-member exchange (LMX): level of negotiating latitude and job satisfaction. *Universite de Moncton, Shippagan, NB*.

Erdogan, B., & Enders, J. (2007). Support from the top: Supervisors' perceived organizational support as a moderator of leader-member exchange to satisfaction and performance relationships. *Journal of Applied Psychology*, 92(2), 321-330.

Erdogan, B., Liden, R. C., & Kraimer, M. L. (2006). Justice and leader-member exchange: The moderating role of organizational culture. *Academy of Management Journal*, 49(2), 395-406.

Etzioni, A. (1991). The socio-economics of property. F. W. Rudmin (Ed.), İçinde "To Have Possessions: A Hand Book on Ownership and Property", *Special Issue, Journal of Social Behavior and Personality*, 6(6), 465-468.

Fisk, G. M. & Friesen, J. P. (2012). Perceptions of leader emotion regulation and LMX as predictors of followers' job satisfaction and organizational citizenship behaviors. *The Leadership Quarterly*, 23(1), 1-12.

Freeman, R. B. (1977). Job satisfaction as an economic variable, *National Bureau Of Economic Research*, (1737 Cambridge Street Cambridge, Massachusetts 02138) 1-14.

Gerstner, C. R. & Day, D. V. (1997). Meta-analytic review of leader-member exchange theory: Correlates and construct issues *Journal of Applied Psychology*, 82(6), 827-844.

Ghafoor, A., Qureshi, T. M., Khan, M. A., & Hijazi, S. T. (2011). Transformational leadership, employee engagement and performance: Mediating effect of psychological ownership. *African Journal of Business Management*, 5(17), 7391-7403.

Giri, V. N. & Kumar, B. P. (2010). Assessing the impact of organizational communication on job satisfaction and job performance. *Psychological Studies*, 55(2), 137-143.

Golden, T. D., & Veiga, J. F. (2008). The impact of superior-subordinate relationships on the commitment, job satisfaction, and performance of virtual workers. *Leadership Quarterly*, 19, 77-88.

Göksel, A. & Aydın, B. (2012). Lider-üye etkileşimi düzeyinin örgütsel bağlılık üzerine etkisi: Görgül bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 247-271.

Graen, G.B., Uhl-Bien, M., (1995). Relationship-based approach to leadership: development of leader-member exchange (LMX) theory of leadership over 25 years: Applying a multi-level multi-domain perspective, *Published in Leadership Quarterly*, 6(2), 219-247.

Green, S. G., Anderson, S. E., & Shivers, S. L. 1996. Demographic and organizational influences on leader-member exchange and related work attitudes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 66, 203-214.

Gürbüz, S. & Ayhan, Ö. (2017). Lidere yakın olmanın dayanılmaz hafifliği: lider-üye etkileşimi, görev performansı, tecrübe ve terfi edebilirlik arasındaki ilişkilerin testi. *Türk Psikoloji Dergisi*, 32(80), 1-19.

Hagedorn, L. S. (1996). Wage equity and female faculty job satisfaction: The role of wage differentials in a job satisfaction causal model. *Research in Higher Education*, 37(5), 569-598.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., & Tatham, R.L. 2006. *Multivariate data analysis* (6 ed.). NJ: Upper Saddle River, Pearson Prentice Hall.

Harris, K. J., Wheeler, A. R., & Kacmar, K. M. (2011). The mediating role of organizational job embeddedness in the LMX-outcomes relationships. *The Leadership Quarterly*, 22(2), 271-281.

Hayes, A. F. (2012). *PROCESS: A versatile computational tool for observed variable mediation, moderation, and conditional process modeling*. In: University of Kansas, KS.

Hoppock, R. H., (1935). *Job Satisfaction*. New York: Harper and Brothers.

House, R. J. & Javidan, M. 2004. *Overview of Globe*. R. J. House, P. J. Hanges, M. Javidan, P. W. Dorfman, & V. Gupta (Eds.), *İçinde Culture, leadership, and organizations: The Globe study of 62 societies*: 9-28. Thousand Oaks, CA: Sage.

Işık, M. (2016). *Kurumsal itibar algısının iş tatminine etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü ve bir araştırma*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi) Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.

İşcan, Ö. F. & Timuroğlu, M. K. (2007). Örgüt kültürünün iş tatmini üzerindeki etkisi ve bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1), 119-135.

Janssen, O. & Van Yperen, N. W. (2004). Employees' goal orientations, the quality of leader-member exchange, and the outcomes of job performance and job satisfaction. *Academy of Management Journal*, 47(3), 368-384.

Kanbur, A, & Kanbur, E. (2015). Lider-üye etkileşiminin örgütsel sinizme etkisi: algılanan içsellik statüsünün aracılık rolü. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 7(2), 193-216.

Lambert, E. G., Minor, K. I., Wells, J. B., & Hogan, N. L. (2016). Social support's relationship to correctional staff job stress, job involvement, job satisfaction, and organizational commitment. *The Social Science Journal*, 53(1), 22-32.

Lee, E. K. & Ji, E. J. (2018). The moderating role of leader-member exchange in the relationships between emotional labor and burnout in clinical nurses. *Asian Nursing Research*, 12(1), 56-61.

Lee, J. A. & Lee, G. J. (2016). The relationship among leader-member exchange (lmx), empowerment, job satisfaction, organizational commitment, and customer orientation: focused on the jeju-air. *Journal of the Korean Society for Quality Management*, 44(4), 983-997.

Liao, C., Wayne, S. J., Liden, R. C., & Meuser, J. D. (2017). Idiosyncratic deals and individual effectiveness: The moderating role of leader-member exchange differentiation. *The Leadership Quarterly*, 28(3), 438-450.

Liden, R. C. & Maslyn, J. M. (1998). Multidimensionality of leader-member exchange: An empirical assessment through scale development. *Journal of Management*, 24(1), 43-72.

Liden, R. C., Erdogan, B., Wayne, S. J., & Sparrowe, R. T. (2006). Leader-member exchange, differentiation, and task interdependence: implications for individual and group performance. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 27(6), 723-746.

Liden, R. C., Sparrowe, R. T., & Wayne, S. J. (1997). Leader-member exchange theory: the past and potential for the future. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 15, 47-120.

Liu, J., Wang, H., Hui, C., ve Lee, C. (2012). Psychological ownership: How having control matters. *Journal of Management Studies*, 49(5), 869-895.

Locke, E. A., (1976). *The Nature and Causes of Job Satisfaction*, in Marvin Dunnette, *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, Chicago: Rand McNally.

Lu, H., While, A. E., & Barriball, K. L. (2005). Job satisfaction among nurses: a literature review. *International Journal of Nursing Studies*, 42(2), 211-227.

Major, D. A., Kozlowski, S. W. J., Chao, G. T., & Gardner, P. D. (1995). A longitudinal investigation of newcomer expectations, early socialization outcomes, and the moderating effects of role development factors. *Journal of Applied Psychology*, 80, 418-431.

Mayhew, M. G., Ashkanasy, N. M., Bramble, T., & Gardner, J. (2007). A study of the antecedents and consequences of psychological ownership in organizational settings, *The Journal of Social Psychology*, 147(5), 477- 500.

Md-Sidin, S., Sambasivan, M., & Muniandy, N. (2010). Impact of psychological ownership on the performance of business school lecturers. *Journal of Education for Business*, 85(1), 50-56.

Miles, E.W., Patrick, S. ve King, W.C. (1996). Job level as a systemic variable in predicting the relationship between supervisory communication and satisfaction. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 69, 277-292.

Mitchell, T.R., Larson JR., J.R. (1987). *People in organizations: An Introduction to Organizational Behavior*. Third edition, Singapore: McGrawHill.

Nahrgang, J. D., Morgeson, F. P., & Ilies, R. (2009). The development of leader– member exchanges: Exploring how personality and performance influence leader and member relationships over time. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 108, 256–266.

Nikolić, M., Vukonjanski, J., Nedeljković, M., Hadžić, O., & Terek, E. (2013). The impact of internal communication satisfaction dimensions on job satisfaction dimensions and the moderating role of LMX. *Public Relations Review*, 39(5), 563-565.

Northouse, P.G. (2007). *Leadership: theory and practice*. Third edition, California: Thousand Oaks, Sage Publications.

Ötken, A. B. (2015). Algılanan örgütsel destek ve psikolojik sahiplenme arasındaki ilişki ve bu ilişkide örgütsel adaletin rolü, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(2), 113-140.

Özler, H., Yılmaz, A. & Özler, D. (2008). Psychological ownership: an empirical study on its antecedents and impacts upon organizational behaviors, *Problems and Perspectives in Management*, 6(3), 38-47.

Pagán, R. (2013). Job satisfaction and domains of job satisfaction for older workers with disabilities in Europe. *Journal of Happiness Studies*, 14(3), 861-891.

Pierce, J. L. & Furo, C. A. (1991). Employee ownership: implications for management, *Organizational Dynamics*, 18(3): 32-43.

Pierce, J. L. & Rodgers, L. (2004). The psychology of ownership and worker-owner productivity, *Group & Organization Management*, 29(5), 588-613.

Pierce, J. L., Kostova, T., & Dirks, K. T. (2003). The state of psychological ownership: integrating and extending a century of research, *Review of General Psychology*, 7(1), 84.

Pierce, J. L., Kostova, T., & Dirks, K. T. (2001). Toward a theory of psychological ownership in organizations. *Academy of Management Review*, 26(2), 298-310.

Pierce, J. L., O'driscoll, M. P., & Coghlan, A. M. (2004). Work environment structure and psychological ownership: the mediating effects of control. *The Journal of Social Psychology*, 144(5): 507-534.

Seo, G. D. & Lee, J. E. (2014). The influence of empowerment, LMX, psychological ownership & psychological capital, customer orientation on hotel employees behavior. *Journal of Tourism & Leisure Research*, 26(9), 5-24.

Sieger, P., Bernhard, F., & Frey, U. (2011). Affective commitment and job satisfaction among non-family employees: Investigating the roles of justice perceptions and psychological ownership. *Journal of Family Business Strategy*, 2(2), 78-89.

Sparrowe, R. T. & Liden, R. C. (1997). Process and structure in leader-member exchange. *Academy of Management Review*, 22(2), 522-552.

Spector, P. (1996). *Industrial and organizational psychology: Research and practice*. New York: John Wiley.

Spector, P. E. (1997). *Job satisfaction: Application, assessment, causes, and consequences*. London: Sage.

Stander, M. W. & Coxen, L. (2017). *A Review of the Relationship Between Positive Leadership Styles and Psychological Ownership*. In *Theoretical Orientations and Practical Applications of Psychological Ownership* (ss. 37-60). Cham: Springer.

Steiner, D. D. (1988). Value perceptions in leader-member Exchange. *The Journal of Social Psychology, 128*(5), 611-618.

Stepina, L. P., Perrewe, P. L., Hassell, B. L., & Harris, J. R. (1991). A comparative test of the independent effects of interpersonal, task, and reward domains on personal and organizational outcomes. *Journal of Social Behavior & Personality, 6*, 93-104.

Sunal, A. B., Sunal, O., & Yasin, F. (2011). A comparison of workers employed in hazardous jobs in terms of job satisfaction, perceived job risk and stress: Turkish jean sandblasting workers, dock workers, factory workers and miners. *Social Indicators Research, 102*(2), 265-273.

Süral Özer, P., Topaloğlu, T. ve Timurcanday Özmen, Ö. N. (2013). Destekleyici örgüt ikliminin, psikolojik sermaye ile iş doyumunu ilişkisinde düzenleyici etkisi. *Ege Academic Review, 13*(4), 437-447.

Şahin, F. (2011). Lider-üye etkileşimi ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki üzerinde cinsiyetin etkisi. *Ege Akademik Bakış, 11*(2), 277-288.

Uçar, Z. (2015). Kontrol algısı-psikolojik sahiplenme ilişkisi üzerinde algılanan aşırı vasıflılığın düzenleyicilik etkisi. *International Journal of Applied Business and Management Studies, 1*(1), 40-58.

Uğurluoğlu, Ö., Şantaş, F., & Demirgil, B. (2013). Lider-üye etkileşimi ve tükenmişlik ilişkisi: Hastanelerde bir uygulama. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 16*(1), 1-21.

Van Dyne, L. & Pierce, J. L. (2004). Psychological ownership and feelings of possession: Three field studies predicting employee attitudes and organizational citizenship behaviors. *Journal of Organizational Behavior, 25*, 439-459.

Vandewalle, D., Van Dyne, L., & Kostova, T. (1995). Psychological ownership: An empirical examination of its consequences, *Group & Organization Management, 20*(2), 210-226.

Volmer, J., Niessen, C., Spurk, D., Linz, A., & Abele, A. E. (2011). Reciprocal relationships between leader-member exchange (LMX) and job satisfaction: A cross-lagged analysis. *Applied Psychology, 60*(4), 522-545.

Volmer, J., Spurk, D., & Niessen, C. (2012). Leader–member exchange (LMX), job autonomy, and creative work involvement. *The Leadership Quarterly*, 23(3), 456-465.

Wayne, S. J., Shore, L. M., & Liden, R. C. (1997). Perceived organizational support and leader-member exchange: A social exchange perspective. *Academy of Management Journal*, 40(1), 82-111.

Wen, X., Gu, L., & Wen, S. (2018). Job satisfaction and job engagement: Empirical evidence from food safety regulators in Guangdong, China. *Journal of Cleaner Production*, 208(2019), 999-1008.

Yıldız, B. & Yıldız H. (2015). The effect of servant leadership on psychological ownership: The moderator role of perceived organizational support. *Journal Of Global Strategic Management*, (9), 65-77.

Yıldız, B., Alpkan L., Ateş H., Sezen B. (2015). Determinants of constructive deviance: the mediator role of psychological ownership. *International Business Research*, 8, 107-121.

Yoon, J. & Thye, S. R. (2002). A dual process model of organizational commitment: Job satisfaction and organizational support. *Work and Occupations*, 29(1), 97-124.

Yuen, K. F., Loh, H. S., Zhou, Q., & Wong, Y. D. (2018). Determinants of job satisfaction and performance of seafarers. *Transportation Research Part A: Policy And Practice*, 110, 1-12.

Zeynel, E. (2018). Lider üye etkileşiminin iş tatmini üzerindeki etkilerinin incelenmesine yönelik bir araştırma. 17. Uluslararası Katılımlı İşletmecilik Kongresi Bildiri Kitapçığı, ss-119-133, 17. Uluslararası Katılımlı İşletmecilik Kongresi, İzmir.

Yayın Geliş Tarihi: 04.01.2019
Yayına Kabul Tarihi: 29.06.2019
Online Yayın Tarihi: 19.12.2019
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.507915>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1147-1171
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

ÇEVRE DOSTU ÜRÜN SATIN ALMA NİYETİNDE ALGILANAN KALİTE, ALGILANAN RİSK VE GÜVENİN ROLÜ

Zehra BOZBAY*
Melike GÜLEÇ**
Nargiz ZULFUGAROVA***

Öz

Son yıllarda tüketicilerin satın alma davranışlarında yaşanan çevreci eğilimler işletmeler için çevre dostu ürün üretmeyi ve pazarlamayı önemli hale getirmiştir. Farklılaşmak isteyen ve tüketicilerin çevre dostu ürün satın almaya yönelik değerlerine önem veren işletmeler için yeşil pazarlama önemli bir konu haline gelmiştir. Literatürde yeşil pazarlamaya yönelik çalışmalar artsa da bu çalışmaların tüketici değerleri, güven, algılanan kalite ve risk kavramlarını bir arada ele almadığı görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada hem yeşil pazarlama literatürüne katkı yapmak hem de işletmelere çevreci uygulamalarında önemli olabilecek hususları belirlemek amaçlanmıştır. Çalışmada tüketicilerin çevre dostu ürün satın alma niyeti ve davranışında duygusal ve çevresel değer, algılanan kalitenin, algılanan riskin ve özellikle de bu çevre dostu ürünlere yönelik güvenin önemi araştırılmıştır. Yapılan çalışmada yüz yüze anket yöntemi kullanılmış olup İstanbul il merkezinde yaşayan, çevre dostu elektronik ürün satın almış 210 katılımcıya ulaşılmıştır. Sonuçlara göre tüketiciler için çevre dostu ürün satın almada bu ürünlere yönelik algılanan kalite ve güvenin etkili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, duygusal değer çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kalite yaratmada etkili olduğu, algılanan kalitenin de güven üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Duygusal Değer, Algılanan Kalite, Yeşil Güven, Çevre Dostu Ürün, Satın Alma Niyeti.*

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Bozbay, Z., Güleç, M. & Zulfugarova, N. (2019). Çevre dostu ürün satın alma niyetinde algılanan kalite, algılanan risk ve güvenin rolü. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1147-1171.

* Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama Anabilim Dalı, ORCID: 0000-0002-2728-8003, zehrat@istanbul.edu.tr

** Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama Anabilim Dalı, ORCID: 0000-0002-5188-2360, melikealtingul@hotmail.com

*** Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama Anabilim Dalı, ORCID: 0000-0002-8266-7575, nergizzulfugarova@gmail.com

THE ROLE OF PERCEIVED QUALITY, PERCEIVED RISK, AND TRUST ON PURCHASE INTENTION OF ECO-FRIENDLY PRODUCTS

Abstract

In recent years, environmental trends in consumers' purchasing behaviour have made it important for companies to produce and sell eco-friendly products. Green marketing has become a major issue for those who want to differ and who give value of consumers to buy eco-friendly products. Although there are studies about green marketing in the literature, it is seen that these studies do not include with consumer values, trust, perceived quality and risk concepts. For this reason, this study aims to contribute to green marketing literature and to identify issues that may be important in the eco-friendly applications. In this study, the importance of emotional and ecological value, perceived quality, perceived risk and in particular, the trust among eco-friendly products, has been investigated. During the research, face-to-face questionnaire was used and 210 people who purchased eco-friendly electronic products in Istanbul attend the survey. According to the results, perceived quality and trust for these products were determined to be effective in purchasing eco-friendly products for consumers. Moreover, emotional value is effective in creating perceived quality for eco-friendly products, and perceived quality is effective on trust.

Keywords: Emotional Value, Perceived Quality, Green Trust, Eco-Friendly Product, Purchase Intention.

GİRİŞ

Günümüzde küreselleşmenin de etkisiyle ürün ve hizmet piyasaları tek bir pazar haline gelmiş ve bu durum piyasalarda rekabetin artmasına sebep olmuştur. Pazara sunulan ürünlerin özellikle ürün nitelikleri açısından benzerlikler göstermeleri ve teknolojinin ürünlerin taklit edilmesini kolay hale getirmesi, markaların ürünlerini rakip markaların ürünlerinden farklılaştırma zorunluluğunu da beraberinde getirmektedir. İşletmeler, ürünlerinin tanımlamasını yaparak tüketiciler tarafından fark edilmelerini sağlamak durumundadırlar. Firmalar arasındaki rekabetin yanı sıra küreselleşme sürecinin tetiklediği teknolojik gelişmeler, değişen yaşam tarzları, bilgisayar ve iletişim alanındaki gelişmeler ve buna benzer pek çok faktör tüketicilerin bilgiye ulaşmasını kolaylaştırmakta ve ürün tercihleri açısından seçeneklerini çoğaltmaktadır. Kolayca ulaşılan bilgi ve seçeneklerin çokluğu, tüketicilerin marka değerlendirme ve satın alma kararlarını önemli şekilde etkileyen faktörlerdendir.

Özellikle 1980'lerde insan faaliyetlerinin sonucunda yaşanan dünyanın, çevrenin zarar görmesine neden olan önemli felaketler, küresel ısınma sorunları, aşırı tüketimin hız kazanması gibi konular pazarlama felsefesi içerisinde çevreci faaliyetlerin önem kazanmasına neden olmuştur. Rekabetin gittikçe artarak küresel hale gelmesi işletmeler için farklılaşma çabalarını ortaya çıkarmıştır. Çevre ile ilgili yaşanan felaketler, kirlilik ve tüm bunların insan ve diğer canlıların hayatlarını tehlikeye soktuğu yönündeki tüketici bilincinin gittikçe artması pazarlamacıları faaliyetlerinde çevreci stratejiler izlemeye yönlendirmiş ve bunların sonucunda yeşil

pazarlama kavramını doğurmuştur. Yeşil pazarlama çevre bilincinin giderek yaygınlaşmasının ve önem kazanmasının pazarlama faaliyetlerine olan yansımadır. Çevre dostu olmak, tüketicilerin ürünlerle bağdaştırdıkları bir ürün özelliği haline gelmiştir.

Son yıllarda gerek dünyada gerekse ülkemizde çevreye yönelik farkındalığın, ilginin ve çevreci ürünlere yönelik faaliyetlerin arttığı görülmektedir. Bunun temel nedeni tüketicilerin bazen güçlü markaların karşısında yer alması ve çevre ve sosyal sorumluluk konuları ile ilgili endişelerini artık daha güçlü şekilde ifade etmesidir (Romani vd., 2015). Kotler ve Sarkar (2017)'a göre, günümüz tüketicileri hava kirliliği, çevre kirliliği vb. gibi birçok sorun ile sürekli olarak karşı karşıya kaldığından kendi değerleri ile eşleşen markaları ve işletmeleri tercih etmektedirler. Gittikçe artan sosyal sorumluluk, sağlık ve çevre bilinci de bu değerlerin oluşumuna katkı sağlamaktadır. Bu gelişmelere paralel olarak işletmeler ve markalar tutundurma ve pazarlama faaliyetlerini bu yönde yoğunlaştırmaktadır. Ancak bu tutundurma faaliyetleri konusunda tüketicilerin markalara karşı güvensizlikleri sıkça karşılaşılan sorunlardan biri haline gelmeye başlamıştır. Çünkü birçok marka tam anlamıyla çevresel değerleri benimsememekte ve sadece tutundurma faaliyetlerinde yer vermektedir. Bu durum çevre dostu ürünlerin satın alımını zorlaştırmaktadır. Bunun yanı sıra tüketicilerin satın almayı düşündükleri çevre dostu ya da yeşil ürünlerle ilgili performans, dayanıklılık, işlevsellik gibi konularda risk algısına sahip olmaları da marka ve işletmelerin üzerinde hassasiyetle duracakları konulardan biridir. Dolayısıyla bireylerin sahip oldukları değerler, bu değerlerin çevre dostu ürünlere yönelik kalite, risk ve güven algıları ve bu algıların ne ölçüde satın alma niyeti ve satın alma davranışı oluşturacağı gibi konular işletmeler için önem arz etmektedir. Literatürde konunun birçok kavramı içine alacak şekilde kapsamlı olarak ele alınmaması da bu kavramların birbirleri ile olan ilişkilerini anlamayı zorlaştırmaktadır. Çalışmanın bu doğrultuda literatüre önemli katkı sağlayacağı düşünülmekte olup, markaların ve pazarlamacıların çevre dostu ürüne yönelik uygulamalarında dikkate alınması gereken değişkenler incelenmektedir.

Bu çalışmada tüketicilerin çevre dostu ürün satın alma niyeti ve satın alma davranışı sergilemelerinde etkili olan faktörler araştırılacak olup, tüketim değerlerinden olan duygusal değer ve yeşil/çevreci değerlerin tüketicilerin kalite, güven ve risk algılamalarında etkili olup olmadığı ve bu kavramların satın alma niyeti ve satın alma davranışı oluşturup oluşturmadığı incelenecektir. Bu doğrultuda ilk olarak literatür taraması yapılmış olup duygusal değer, çevresel değer, algılanan kalite, algılanan risk, güven, satın alma niyeti ve satın alma davranışı kavramları incelenecektir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Duygusal Değer ve Çevresel Değer

Algılanan değer ile ilgili bilinen ve genel kabul gören tanım Zeithaml (1988) tarafından yapılmıştır. Zeithaml'a (1988) göre "algılanan değer tüketicinin neyin verildiği ve neyin alındığı algılarını temel alan, ürünün faydasına ilişkin genel değerlendirmesidir". Yine Patterson ve Spreng (1997) yaptıkları çalışmalarda algılanan değeri benzer bir şekilde ele almışlardır ve algılanan değeri "elde edilen bütün faydalarla katılan tüm fedakârlıklar arasında bir değiş tokuş" olarak tanımlamışlardır.

Zeithaml'a (1988) göre değer kaliteden daha bireysel ve kişiseldir. Bu nedenle kalite kavramından daha soyuttur. Aynı zamanda kalitenin aksine "verilen" ve "alınan" bileşenlerin değiş tokuşunu içerir. Değer ile ilgili yapılan birçok kavramsallaştırma kaliteyi değer denkleminde tek "alınan" bileşen olarak belirtse de tüketiciler kendilerinden dolaylı olarak prestij, rahatlık gibi daha üst düzey çıkarımlar ekleyebilirler.

Sheth vd. (1991), değer denkleminde "alınan" bileşenin sadece kalite olmadığı görüşünden yola çıkarak tüketicilerin neden belirli bir ürünü satın alma veya almamayı seçtiğini, neden bir ürün çeşidini diğerine tercih ettiğini ve neden bir markayı diğerine tercih ettiğini belirlemede seçim davranışını etkileyen beş tüketici değeri olduğunu ortaya koymuşlardır. Tüketici seçiminin çoklu tüketim değerlerinin bir fonksiyonu olduğunu ve farklı tüketim değerlerinin verilen herhangi bir seçim durumunda farklı katkılar sağlayacağını aktarmışlardır. Bu tüketici değerleri, ürün/hizmetin faydacı olması veya fiziksel performans kapasitesiyle ilgili fonksiyonel değer, bir veya birden fazla sosyal gruplarla ilişkilendirilmeyle ilgili sosyal değer; merak uyandırma, yenilik temin etme ve bilgi için arzuları tatmin etme kapasitesiyle ilgili epistemik değer, seçim yapan tarafından karşılaşılan belirli bir durum veya bir dizi koşulların sonucu olması ile ilgili durumsal değer ve duygusal değerden oluşmaktadır. Duygusal değer, ürün veya hizmetin hisleri veya duygusal durumları uyandırma veya harekete geçirme kapasitesinden elde edilen algılanan fayda olarak tanımlanmaktadır. Ürün veya hizmet, duygusal değeri spesifik hislerle ilişkilendirildiğinde veya bu hisler tetiklendiğinde kazanır. Ürünler ve hizmetler sıklıkla duygusal tepkiler ile ilişkilendirilir. Örneğin, mum ışığında yemek romantizmi uyandırabilir, korku filmi izlendiğinde korku canlanabilir. Ayrıca, daha somut ve görünüşte faydacı görünen ürünlerin de duygusal değeri vardır. Örneğin, bazı yiyecekler çocukluk deneyimlerini çağrıştırması yoluyla rahatlık hissi verebilir veya tüketicilerin bazen arabaları ile aşk ilişkileri olduğu söylenir (Sheth vd., 1991).

Haws vd.'ne (2014) göre, tüketicilerin alternatiflerine kıyasla daha pahalı olması veya daha etkili görünmemesi gibi nedenlerle çevre dostu ürünleri satın almayı istemediği aşıkardır. Ancak, bazı tüketiciler bu nedenlere rağmen çevre dostu ürünler için daha fazla para ödemeye razıdırlar. Dolayısıyla, burada elde edilen başka bir değer söz konusudur ve sosyal değer kavramı bu değeri açıklamada yetersiz

kalmaktadır. Bu değeri, yeşil tüketim değeri veya çevresel değer olarak adlandırmak mümkündür. Çevresel değer, tüketicilerin çevreye yönelik arzuları, sürdürülebilirlik beklentileri ve çevresel ihtiyaçları temeline dayanan bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Ariffin vd., 2016).

Suki (2016), çevre dostu ürünlerin satın alınmasını sosyal değer kapsamında ele almış ve tüketicilerin çevre dostu ürün satın alma davranışı ile kendini gösteren çevresel duyarlılıkları üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğunu belirtmiştir. Harttman ve Apaolaza-Ibanez'e (2006) göre, özellikle çevre dostu ürün, çevre dostu olmayan ürün ile aynı kalite ve performans sunduğunda bu durum tüketicilerin aklındaki çevresel değeri güçlendirmekte ve bu da satışları artırmaktadır. Ayrıca, çevresel değer doğrudan satın alma niyetinde önemli bir rol oynamamasına rağmen tüketici ile uzun süreli ilişki kurmaya yardımcı olan önemli bir değişkendir. Ariffin vd. (2016) çalışmalarında çevre dostu ürünlere yönelik olarak hem çevresel değer hem de duygusal değer, algılanan kalite ve yeniden satın alma niyeti ile arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmalardan yola çıkarak iki tüketim değerinin de algılanan kaliteyi etkileyeceğine yönelik aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H₁: Çevre dostu ürünlere yönelik duygusal değer çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kaliteyi etkilemektedir.

H₂: Çevre dostu ürünlere yönelik çevresel değer çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kaliteyi etkilemektedir.

Algılanan Kalite

Kalite, anlaşılabilir ve belirsiz bir yapıdır. Sıklıkla “iyilik, lüks, parlaklık, ağırlık” gibi kesin olmayan sıfatlar ile karıştırıldığından, kalite ve onun gerekliliklerinin tüketiciler tarafından ifade edilmesi kolay olmamaktadır. Kalitenin içeriği ve belirleyicileri tam olarak tanımlanamamış olsa da işletmeler ve tüketiciler için önemi açıktır. Kalite araştırmaları 1980’lerde ortaya çıkmış en önemli trenddir. Günümüzde de tüketiciler yüksek kalitede ürün talep etmektedirler. Japon felsefesine göre kalite “sıfır hata” anlamına gelmektedir. Kaliteye yönelik bilinen en önemli tanımlardan birisi Crosby’e (1979) aittir ve kaliteyi “şartlara (gerekliliklere) uygunluk” olarak tanımlamaktadır (Parasuraman vd., 1985).

Algılanan kalite, bir ürünün kalitesiyle ilgili tüketici algısı anlamına gelir (Tsiotsou, 2006) ve tüketicilerin bir ürünün üstünlüğü hakkındaki genel yargısını temsil etmektedir (Zeithaml, 1988). Algılanan kalite bir işletmenin genel üstünlük içeren hizmetleri hakkında tüketicilerin yargısı olarak da tanımlanır (Marakanon ve Panjakajornsak, 2017). Tamamen tüketicilerin algısı ile ilgili olduğundan algılanan kalitenin objektif olarak tanımlanması mümkün değildir. Neyin önemli olduğu yargısı tüketicilerce belirlenir. Algılanan kalite, marka hakkındaki soyut, genel duygudur. Algılanan kalite satın alma kararı ile ilgili olduğundan pazarlama programlarının tüm bileşenlerinin daha etkili olmasını sağlamaktadır (Aaker, 1991).

Ophuis ve Van Trijp'e (1995) göre, algılanan kaliteyi belirlemede kalitenin göstergeleri önemli bir yere sahiptir. Kalite, tüketiciler tarafından değerlendirilmesi mümkün olmayan bir dizi göstergelere sahip olduğundan çok boyutlu bir yapıdır. Bu nedenle, tüketiciler ürünün kalitesini değerlendirirken kalitenin belirli göstergelerinden faydalanırlar. Çevre dostu ambalajlanmış şarap markaları üzerinde araştırma yapan Loureiro (2003) çalışmasında tüketicilerin farklı ambalajlama yöntemlerine yönelik farklı şekilde kalite algılarının olduğunu belirtmiştir. Çalışmaya göre, tüketiciler organik ürünleri ambalajlarından dolayı daha kaliteli algılamaktadırlar. Ancak, burada çevre dostu ürün beyanının gerçek olması önemlidir.

İngiltere'de yapılan bir araştırmaya göre çevre dostu ürün satın alan tüketicilerin çoğu kadın ve çocuklu bireyler olmakla beraber fiyattan çok kalite odaklı tüketicilerdir (Davies vd., 1995). Bu açıdan bakıldığında çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kalitenin tüketicilerin satın alma davranışı göstermesinde önemli bir rolü olduğunu söylemek mümkündür.

Algılanan kalite ve satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi araştıran Tsiotsou (2006), çalışmasında algılanan kalitenin ve satın alma niyetinin doğrudan doğruya pozitif ilişkili olduğunu kanıtlamıştır. Bu çalışmada algılanan kalitenin satın alma niyetinin tahmin edilmesinde kullanılabileceği ileri sürülmektedir. D'Souza vd. (2007), tüketicilerin satın alma niyetinin oluşumuna katkıda bulunan kalite ve fiyat özelliklerini kullanarak yeşil satın alma davranışını araştırmışlardır. Çalışmalarında, kalite ve fiyatın yeşil ürün satın alma niyetinde belirleyici rol oynadığını belirtmişlerdir. Ariffin vd. (2016) çevre dostu ürünlere yönelik olarak yapmış oldukları çalışmada algılanan kalite ile satın alma niyeti arasında güçlü bir ilişki olduğunu vurgulamışlardır. Bu çalışmalardan yola çıkarak çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kalitenin çevre dostu ürün satın alma niyeti yaratacağı öngörülmüş ve aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₃: Çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kalite çevre dostu ürün satın alma niyetini etkilemektedir.

Algılanan Risk

Tüketicilerin herhangi bir satın alma davranışı, kesin bir şekilde tahmin edilemeyen sonuçlar doğuracağı ve bu sonuçlardan bazılarının hoşnutsuzluk yaratabileceği bir risk içerir (Snoj vd.; 2004). Yani, tüketiciler bir ürün satın alırken zaman içerisinde satın alınan ürünün beklenen tatmini göstereceğini düşünürler. Bu açıdan bakıldığında algılanan risk, bir çeşit potansiyel fedakarlığı temsil eder (Sweeney vd., 1999).

Bettman (1973) tüketicilerin iki şekilde risk algıladıklarını belirtir. İlki doğal nedenlerden kaynaklanır ve satın alınan ürün kategorisinin yapısına, elde edilecek faydalara, ürünün beklenen görevi yerine getirip getirmemesine bağlı olarak ortaya çıkabilecek içsel çatışmayla ilgilidir. İkincisi ise tüketicinin satın alma anında o ürün kategorisinden bir markayı seçmesine bağlı olarak ortaya çıkan çatışmadan

kaynaklanmaktadır. Bu görüşe göre, eğer tüketici ürün ile ilgili hiçbir bilgiye sahip değilse iki tür risk de aynıdır. Ancak, tüketici belirli bir marka ile ilgili bilgiye sahipse örneğin daha önce satın almışsa veya o markayı biliyorsa, bu durumda ikinci tür risk daha az ön plana çıkar ama doğal risk devam eder. Bu noktada doğal riski azaltmak önemlidir. Tüketici mantıklı bir satın alma kararı verdiğini düşünürse ve mevcut markalar arasından kendisini en çok tatmin eden ürünü seçtiğine inanırsa doğal risk de azalacaktır.

Algılanan risk aynı zamanda psikolojik, fiziksel, finansal, sosyal ve performans riskini içermektedir. Algılanan risk, belirsizlik ve olumsuz sonuçların bir kombinasyonu olduğu için algılanan riskin boyutu, tüketici satın alma kararını etkileyecektir. Yüksek düzeyde risk algıladıklarında tüketiciler, garantiler, güvenilir öneriler, tanınmış markalar ve ek bilgiler gibi risk azaltma stratejilerini benimsemektedirler (Chen & Chang, 2013).

Mirchell'e (1999) göre algılanan risk satın alma kararını olumsuz etkilemektedir. Endişe ve endişe gibi riskle ilişkili duyguların yanı sıra (Johnson vd., 2008) algılanan risk tüketici memnuniyetini de olumsuz yönde etkilemektedir (Eid, 2011). Günümüz çevre trendlerinde tüketicilerin algılanan riski arttıracak daha fazla çevresel kaygıya sahip olduğu görülmektedir. Bu sebeple, Chen ve Chang (2013) "yeşil algılanan risk" şeklinde yeni bir kavram sunmuşlardır. Peter ve Ryan (1976) ise yeşil algılanan riski "satın alma davranışıyla ilişkili olumsuz çevresel sonuçlara yönelik beklentiler" olarak ifade etmişlerdir.

Marakanon ve Panjakajornsak'ın (2017) algılanan kalite, algılanan risk ve tüketici güveninin tüketici sadakati üzerindeki etkisini ve bu üç değişkenin de birbiri ile ilişkisini incelemek üzere yaptıkları çalışmada çevre dostu elektronik ürünlerini (cep telefonu, bilgisayar ve dizüstü bilgisayar) ele almışlardır. Çalışmada algılanan kalitenin algılanan risk üzerinde doğrudan etkisi olduğu saptanmıştır. Snoj vd. (2004) ise yine elektronik ürünlere yönelik olarak yaptıkları çalışmalarında algılanan kalitenin dolaylı olarak tüketicilerin risk algılamasını azalttığını belirtmişlerdir. Daha az risk algılayan tüketicilerin daha fazla satın alma niyeti göstereceğini öngörmek mümkündür. Benzer görüşten hareketle Wu vd. (2015) satın alma niyeti ile imaj, risk, değer ve algılanan fayda arasındaki ilişkiyi elektrikli motosiklet ürününü ele alarak incelemişlerdir. Çalışmada imaj, risk, değer ve algılanan faydanın satın alma niyetinin belirleyici unsurları olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Chen ve Chang'a (2012) göre çevre dostu ürünlere yönelik algılanan risk çevre dostu ürünleri satın alma niyetini olumsuz olarak etkilemektedir. Sonuç olarak, çevre dostu ürünlere yönelik olarak yüksek düzeyde algılanan kalitenin algılanan riski azaltacağı ve risk algılamasının azalmasının da tüketicileri çevre dostu ürün satın almaya yönlendireceği varsayılarak aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H₄: Çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kalite çevre dostu ürünlere yönelik algılanan riski etkilemektedir.

H₅: Çevre dostu ürünlere yönelik algılanan risk çevre dostu ürün satın alma niyetini etkilemektedir.

Yeşil Güven

Güven, riskli bir durumun varlığına rağmen, olumlu beklenti içerisinde olma durumu olarak tanımlanır (Deutsch, 1958). Güven, tüketici inançlarının ve tüketici davranışının önemli bir tahmin unsuru olarak kabul edilmiştir (Ricci vd., 2018). Hobbs ve Goddard (2015) literatürde yer alan çoğu tanımın genel olarak başkalarına duyulan güvene işaret ettiğini vurgulamışlardır. Ancak, kurumsal güven, yani devletler ve şirketler gibi kurumlara duyulan güven, bilgi veya zaman kısıtlamalarının olmaması durumunda, tüketici satın alma niyetini etkileyen bir tür sezgi olarak kabul edildiği için farklı araştırmacılar tarafından tüketicinin önemli bir güdüleyicisi olarak ele alınmaya başlanmıştır. Literatürde yapılan çalışmalarda, kurumsal güvenin hem tüketici risk algısını hem de tutumlarını nasıl etkileyebileceği incelenmiştir (Ricci vd., 2018).

Güven kavramı, çevresel endişe konularında gittikçe daha önemli hale gelmektedir. Yeşil güven kavramı, Blau (1964), Schuru ve O Zanne (1985) ve Ganesan (1994) tarafından açıklanmıştır. Yeşil güven, çevreye yönelik performans hakkında güvenilirlik, yardımseverlik ve yeterlilik konularının sonucunda oluşan beklenti veya inanç temel alınarak ürün, hizmet veya markayı tüketme gönüllülüğüdür (Trott ve Sople, 2016).

Tüketicilerin daha saygın kuruluşlara güven duyduğu gerekçesiyle işletmeler, ürün özelliklerinden ziyade işletmelerinin ayırt edici özelliklerine daha fazla vurgu yapmaya ihtiyaç duymaktadırlar (Marakanon ve Panjakajornsak, 2017). Güven, ürünlerle ilişkili algılanan risk ve algılanan faydayı etkileyen bir faktör olduğundan, güvenin belirsizlikte tüketici seçimine rehberlik etmek için bir araç olabileceğine inanılmaktadır (Ricci vd., 2018).

Özellikle, son zamanlarda güven kavramının yeşil pazarlama faaliyetlerinde daha önemli hale gelmesinde işletmelerin çevresel uygulamaları veya ürün/hizmetin çevresel faydaları konusunda tüketicileri yanlış yönlendirmeleri olarak tanımlanan (Parguel vd., 2011) “yeşile boyama” kavramının etkisi büyüktür. Yeşile boyama faaliyetleri sonucunda tüketicilerin işletmelerin iddialarına yönelik güveni kalmazsa, tüketiciler kime veya neye güveneceğini bilmediklerinden dolayı yeşil satın alma kararı veremeyeceklerdir (Chen & Chang, 2013). Chen (2010) yeşil iddiaların yani çevreci olduğuna yönelik iddiaların açık ve doğru olması gerektiğini belirtmektedir.

Marakanon ve Panjakajornsak (2017) algılanan kalite, algılanan risk ve tüketici güveninin tüketici sadakati üzerindeki etkisini ve bu üç değişkenin de birbiri ile ilişkisini incelemek üzere yaptıkları çalışmada algılanan kalitenin güven üzerinde doğrudan etkisinin olduğunu bulmuşlardır.

Laroche vd. (1996), satın alma niyetinin güvenle olumlu ilişkisi olduğunu ve güvenin satın alma niyetini tahmin etmede önemli bir rol oynadığını belirtmişlerdir. Öte yandan bir başka çalışmada ürün özelliklerine ilişkin bilgilerin de satın alma niyetini etkilediği ifade edilmektedir (Hartmann ve Apaolaza-Ibanez, 2012). Bu sebeple yeşil etiketleme, tüketicilerin ürünleri gerçek çevresel faydalarla tanımlamalarına yardımcı olmaktadır (Hartmann ve Apaolaza-Ibanez, 2012). Bu özellikle yeşil ürünlerde tüketicileri bilgilendirmek için başvurulan yöntemlerdendir. Bu çalışmalardan yola çıkarak aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

H₆: Çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kalite çevre dostu ürünlere yönelik yeşil güveni etkilemektedir.

H₇: Çevre dostu ürünlere yönelik yeşil güven çevre dostu ürün satın alma niyetini etkilemektedir.

Satın Alma Niyeti ve Satın Alma Davranışı

Satın alma niyeti tüketicinin bir ürüne ilişkin satın alma eğilimini ifade eder (Yoo vd., 2000). Tüketiciler, markanın ürün kalitesini veya özelliklerini doğru sunduğuna inandıklarında o markayı satın alırlar. Satın alma niyeti tüketicilerin bir ürüne ilişkin satın alma isteğinin ve satın alma imkânının bir kombinasyonudur (Wu vd., 2015).

Yeşil satın alma niyeti tüketicilerin çevreye zarar vermemeleri için tüketicilerin yeşil ürünleri satın alma isteklerini ifade eder ve çevreci tüketicilerin istekleri yeşil ürün satın almak için güdü kaynağıdır. Başka bir deyişle, tüketiciler sadece ürünün ekolojik kalitesinden değil aynı zamanda bu ürünler için satın alma kararlarıyla ilişkili çevresel sonuçlardan da endişe duymaktadırlar (Jaiswal ve Kant, 2018). Yeşil satın alma davranışı, çevreye ve topluma zarar veren ürünlerden kaçınarak çevre dostu ürünler veya çevreye “geri dönüştürülebilir ve faydalı” olan sürdürülebilir ürünlerin satın alınmasını ifade eder. Yeşil satın almaya yönelik tüketici davranışları genel olarak tüketicilerin yeşil ürün satın alma konusundaki istekleri veya niyetleridir. Bu bilinçli davranış ya da niyet, çevresel sürdürülebilirlik için bu tür ürünleri satın alma isteğinden satın alma kararına dönüşmektedir (Jaiswal ve Kant, 2018).

Tüketiciler, çevresel ve kişisel motivasyonları da dahil olmak üzere farklı nedenlerle yeşil ürünleri satın alırlar. Örneğin, ekolojik açıdan bilinçli bir profile sahip tüketicilerin yeşil ürün satın alma olasılığı daha yüksektir. Kişisel sağlık, tüketicilerin yeşil ürünlere yönelik tercihlerinde bir motivasyon kaynağıdır (Cai vd., 2017).

Son yıllarda, dünyada ve ülkemizde çevre ile ilgili endişeler ve çevreye ilişkin bilgi edinme düzeyi artmıştır. Çevre kirliliğindeki artış, doğal kaynakların yeterli olup olmadığı sorusu, küresel ısınma gibi faktörler bireylerin çevreye olan ilgisini ve kaygısını arttırmış ve bu değişimler tüketim alışkanlıklarına yansımaya başlamıştır. Yeşil pazarlama, yeşil ürün gibi kavramların yanı sıra çevresel

kaygılarla hareket eden “yeşil tüketici” kavramını ortaya çıkarmıştır. Strong (1996), yeşil tüketicileri, “tüketicilerin veya başkalarının sağlığını tehlikeye atabilecek; imalat, kullanım veya imha sırasında çevreye büyük ölçüde zarar veren ürünlerden ve aşırı miktarda enerji tüketiminden, gereksiz israftan ve üretimde çevreye zararlı malzemelerin kullanımından kaçınan bireyler” olarak ifade etmiştir. Yeşil veya sürdürülebilir ürünler ise çevreye ve topluma faydalı olan ürünler olup genellikle geri dönüşümlü kağıtlar, bitkisel ürünler, enerji tasarruflu ampuller, enerji verimli cihazlar ve araçlar ile ev ürünleri gibi ürünlerdir (Jaiswal ve Kant, 2018). Üstelik bu tür ürünler ekolojik olarak sağlam üretimi benimsemekte ve geri dönüştürülebilir düşük atık üretimine sahiptirler (Chen ve Chai, 2010).

Bazı araştırmacılar çevreye duyarlı insanların çevreyi iyileştirmek için satın alma davranışlarını değiştirme ihtimalinin daha yüksek olduğunu savunmuşlardır. İnsanlar çevre bilincine sahip olursa, seyahat, atık imhası, alışveriş, enerji kullanımı gibi günlük faaliyetlerini çevre dostu bir yönde değiştirirler (Arttchariya, 2012). Bunun yanı sıra çevresel kaygıya sahip olan ve çevre konusunda bilinçli ve duyarlı her tüketicinin satın alma davranışında bu hassasiyeti gösterdiğini söylemek mümkün değildir. Araştırmacıların ve kuruluşların yeşil pazarlamaya olan ilgilerine rağmen, yeşil ürünlere olan talep beklenildiği kadar yüksek değildir. Araştırmacılar, tüketicilerin ilgisi ile yeşil satın almaları arasında önemli bir boşluk olabileceğini öne sürmektedirler (Lai ve Cheng, 2016). Bu da tüketicilerin yeşil ürünlere olan ilgilerinin ve bu ürünleri satın alma niyetinde olmalarının satın alma davranışına dönüşüp dönüşmediği sorusunu akıllara getirmektedir. Yapılan pek çok çalışma satın alma niyeti ile ilgilidir ve bu niyetin davranışa dönüşüp dönüşmediği bilgisini vermemektedir. Bu sebeple bu çalışmada niyet ve davranışı içeren aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₈: Çevre dostu ürün satın alma niyeti çevre dostu ürünlere yönelik satın alma davranışını etkilemektedir.

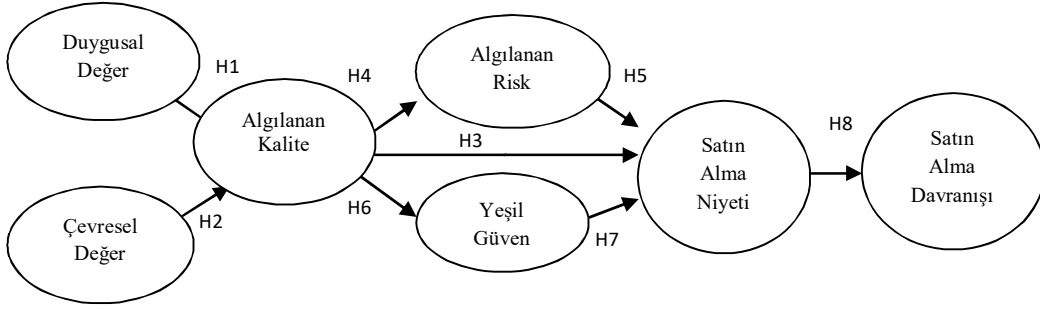
METODOLOJİ

Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları

Çalışmada çevre dostu ürünlere yönelik satın alma niyeti ve satın alma davranışı geliştirmede tüketicilerin çevresel değer, duygusal değer, bu ürünlere yönelik olarak algıladıkları kalite ve risk kavramlarının etkilerinin araştırılması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda yapılan literatür taraması dikkate alınarak duygusal değere ve çevresel değere sahip olmanın tüketicilerin kalite algılamalarını etkileyeceği ve kalite algılamalarının tüketicide güven yaratacağı ve algılanan riski azaltacağı ve sonuçta da çevre dostu ürünlere yönelik satın alma niyeti ve satın alma davranışı oluşturulacağı öngörülmektedir. Algılanan kalitenin satın alma niyeti oluşturmada algılanan risk ve güven yolu ile hem dolaylı hem de doğrudan etkisi araştırılmıştır. Ayrıca, çevre dostu ürünlere yönelik satın alma niyetinin satın alma davranışı yaratacağı öngörülmektedir.

Bu çerçevede araştırma modeli Şekil 1'deki gibidir:

Şekil 1: Araştırmanın Modeli



Araştırmanın ana kütlesini İstanbul il merkezinde yaşayan, çevre dostu elektronik ürün satın almış, 18 yaşından büyük tüketiciler oluşturmaktadır. Ana kütleye ulaşmanın zaman ve maliyet bakımından mümkün olamayacağı göz önüne alınarak örnekleme yapma yoluna gidilmiştir. Araştırmanın katılımcılarının belirlenmesinde örnekleme yöntemi olarak tesadüfi olmayan örnekleme türlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada yüz yüze anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Katılımcılardan elde edilen geçerli veri sayısı 210 olup, Yapısal Eşitlik Modellemesi için gereken örneklem büyüklüğü dikkate alınmıştır. Hair vd. (2010:635-636)'ne göre, yapısal eşitlik modeli diğer istatistiksel tekniklere göre örneklem büyüklüğü konusunda daha hassas bir tekniktir. Örneklem büyüklüğü örnekleme yapılırken ortaya çıkabilecek ölçüm hatalarının hesaplanması için bir temel oluşturmaktadır. Bazı çalışmalara göre yapısal eşitlik modeli için en ideal örneklem büyüklüğü 200'dür. Ancak yapısal eşitlik modellemesinde unutulmaması gereken nokta örneklem sayısının 400'den büyük olması bu metodu daha hassas hale getirmekte ve model uyum indekslerinin düşük çıkmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla bu ifadelerden yola çıkarak Hair vd. (2010: 636) yapısal eşitlik modeli için uygun örneklem sayısının 100 ile 400 arasında olması gerektiğini belirtmişlerdir. Çalışmada örneklem büyüklüğü belirlenirken bu kriter göz önünde bulundurulmuş ve 210 örneklem büyüklüğü analiz için yeterli görülmüştür.

Duygusal değer değişkenini ölçmek için Arvola vd.'nin (2008) yapmış olduğu çalışmada yer alan üç ifadede ölçektan yararlanılmıştır. Çevresel değer için Ghazali vd. 'nin (2017) iki farklı çalışmasında yer alan ve dört ifadede oluşan ölçek kullanılmıştır. Algılanan kalite, algılanan risk ve algılanan yeşil güven için Chen ve Chang'ın (2013) çalışmalarında geliştirdikleri ve her biri beş ifadede oluşan ölçeklerden faydalanılmıştır. Satın alma niyeti için Teng ve Lu'nun (2016) çalışmasında yer alan beş ifadede oluşan ölçektan yararlanılmıştır. Satın alma davranışı için Kim ve Choi 'nin (2005) çalışmasında yer alan beş ifadede ölçektan yararlanılmıştır.

Çalışmanın geçerliliğini test etmek için doğrulayıcı faktör analizi, ölçeklerin güvenilirliğini tespit etmek için güvenirlik analizi ve çalışmada yer alan hipotezleri test etmek için yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır.

Araştırmaya Katılanların Sosyo-Demografik Özellikleri

Tablo 1’de araştırmaya katılan tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerine ve satın aldıkları çevre dostu ürünlere yönelik bilgilere yer verilmiştir. Araştırmaya katılan tüketicilerin çoğunluğunu üniversite mezunları oluşturmakta olup onları sırasıyla lisansüstü ve lise mezunları takip etmektedir. Katılımcılar gelir düzeyleri itibariyle çoğunluk 2001-4000 TL gelire sahip olmakla birlikte genel olarak dengeli bir dağılım olduğu görülmektedir. Yaş grupları itibariyle ise katılımcıların çoğunlukla 26-33 ve 34-41 yaşları arasında olduğunu söylemek mümkündür. Yaş ve eğitim düzeyi ile doğru orantılı olarak katılımcıların çoğunluğunun çalışan bireyler olduğu ve büyük bir çoğunluğunun özel sektör çalışanı olduğu görülmektedir. Son olarak katılımcıların çoğunluğunun kadınlardan oluştuğu ve özellikle satın alınan çevre dostu ürünlere bakıldığında daha çok buzdolabı, çamaşır makinesi gibi beyaz eşya ürünlerinin tercih edildiği görülmektedir.

Tablo 1: Araştırmaya Katılanların Sosyo-Demografik Özellikleri

	Frekans	Yüzde (%)	Geçerli Yüzde (%)	Birikimli Yüzde (%)
Cinsiyet				
Kadın	132	62,9	62,9	62,9
Erkek	78	37,1	37,1	100,0
Yaş				
18-25	44	21,0	21,0	21,0
26-33	74	35,2	35,2	56,2
34-41	70	33,3	33,3	89,5
42-49	20	9,5	9,5	90,0
50 ve üzeri	2	1,0	1,0	100,0
Eğitim				
İlkokul mezunu	3	1,4	1,4	1,4
Lise mezunu	53	25,2	25,2	26,6
Üniversite mezunu	89	42,4	42,4	69,0
Lisansüstü mezunu	65	31,0	31,0	100,0
Aylık Toplam Gelir				
2000 TL ve altı	39	18,6	18,6	18,6
2001-4000 TL arası	65	31,0	31,0	49,6
4001-6000 TL arası	56	26,7	26,7	76,3
6001-8000 TL arası	45	21,4	21,4	97,6
8001 TL ve üzeri	5	2,4	2,4	100,0
Meslek				
Kamu Çalışanı	23	11,0	11,0	11,0
İşçi	22	10,5	10,5	21,5
Özel Sektör Çalışanı	125	59,5	59,5	81,0
Öğrenci	14	6,7	6,7	87,7
S. Meslek	10	4,8	4,8	92,5
Ev Hanımı	10	4,8	4,8	97,1
Diğer	6	2,9	2,9	100,0
En Son Satın Alınan Çevre Dostu Ürün				
Buzdolabı	57	27,1	27,1	27,1
Çamaşır Makinesi	47	22,4	22,4	49,5
Akıllı Telefon	33	15,7	15,7	64,2
Dizüstü Bilgisayar	5	2,4	2,4	66,6
Masaüstü Bilgisayar	3	1,4	1,4	68,0
Tablet	4	1,9	1,9	69,9
Yazıcı	5	2,4	2,4	72,3
Klima ve Isıtıcılar	33	15,7	15,7	88,0
TV, Görüntü ve Ses Sistemleri	19	9,0	9,0	98,1
Diğer	4	1,9	1,9	100,0
En Son Satın Alınan Çevre Dostu Ürün İçin Harcanan Tutar				
1000 TL ve altı	8	3,8	3,8	3,8
1001 -2000 TL arası	52	24,8	24,8	28,8
2001- 3000 TL arası	115	54,8	54,8	83,6
3001- 4000 TL arası	33	15,7	15,7	99,0
4001- 5000 TL arası	1	,5	,5	99,5
5001 TL ve üzeri	1	,5	,5	100,0
TOPLAM	210	100,0	100,0	

Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenilirlikleri

Yapısal eşitlik modellemesi sürecinde ilk aşama olarak araştırmanın ölçüm modeli, doğrulayıcı faktör analizi yardımıyla incelenmiştir. Bu kapsamda, duygusal değer üç, çevresel değer dört, algılanan kalite beş, algılanan risk beş, algılanan yeşil güven beş, satın alma niyeti beş, satın alma davranışı beş değişken olmak üzere toplamda 32 değişken doğrulayıcı faktör analizine dahil edilmiştir.

Yapısal eşitlik modelinde ilk adım genel modelin uyumunun kabul edilebilir olup olmadığının tespit edilmesidir. Uyuma bakılarak model kabul veya ret edilmektedir. Modelin eldeki verinin teorisini ne kadar iyi açıkladığını belirlemek için bir dizi ölçülerden yararlanılır (Hair vd., 2010: 615). Model uyum indeksleri olarak ifade edilen bu ölçülere Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2: Model Uyum İndeksleri

Uyum Ölçüleri	Kısaltmalar	Varsayılan Model	Doymuş Model
Ki-kare (χ^2) Değeri	CMIN	849,799	0,000
Serbestlik derecesi	SD	369	0
P	P	0,000	
X ² /sd	CMIN/SD	2,303	
Uyum iyiliği indeksi	GFI	0,792	1,000
Düzeltilmiş uyum iyiliği indeksi	AGFI	0,738	
Normlaştırılmış uyum indeksi	NFI	0,813	1,000
Karşılaştırmalı uyum indeksi	CFI	0,883	1,000
Yaklaşık hataların ortalama karekökü	RMSEA	0,079	

Veri ile model arasındaki uyumun ölçütlerden bir tanesi ki-kare istatistiğidir. Analiz sonucu elde edilen ki-kare istatistiği anlamlı çıktığı için ($p=0,000$) veri ile model arasında uyum olduğu söylenebilmektedir. Ancak ki-kare istatistiği veri ile model arasında uyum olduğunu söylemede tek başına yeterli değildir. Normlaştırılmış ki kare değeri (χ^2/sd) bakılan bir diğer ölçülerdendir. Bu değer genellikle üçten az olması istenmektedir (Hair vd., 2010: 641). Tablo 2’ye göre değer 2,303 olduğu yani iyi bir uyum olduğunu söylemek mümkündür. Diğer model uyum indeksleri GFI, NFI ve CFI değerleri olup, bu değerler bire ne kadar yakın ise uyum o kadar iyi sayılır. Burada bu değerlerin bire yakın olduğu ancak mükemmel bir uyum olmadığı görülmektedir. Diğer bir önemli değer ise yaklaşık hataların ortalama karekökü (RMSEA) değeridir. 0,08’den düşük değerler kabul edilebilir uyumu göstermektedir ve RMSEA değerine göre veri ile model arasında kabul edilebilir bir uyum olduğu söylenebilir (Hair vd., 2010).

Tablo 3'te standardize edilmiş regresyon ağırlıkları görülmektedir. Araştırma değişkenlerinin standardize edilmiş regresyon ağırlıklarına bakılarak değeri 0,50'den düşük olan satın alma niyeti ölçeğinden bir ifade ve algılanan risk ölçeğinden bir ifade analizden çıkarılarak analiz tekrar edilmiş olup model uyum indeksleri ve Tablo 3'te yer alan parametre değerleri bu işlem yapıldıktan sonra elde edilen sonuçlardır.

Tablo 3: Araştırma Değişkenleri İçin Ölçüm Modelinin Parametre Değerleri

Gizli ve Gözlenen değişkenler	Standart Regresyon Ağırlıkları	t	P değeri	Yapı Güvenilirliği (CR)	Ortalama Açıklanan Varyans (AVE)
Duygusal Değer				0,73	0,48
DD1	,665	-			
DD2	,669	10,303	0,000		
DD3	,744	9,537	0,000		
Çevresel Değer				0,85	0,59
ÇD1	,840	-			
ÇD2	,814	13,477	0,000		
ÇD3	,771	12,448	0,000		
ÇD4	,652	8,648	0,000		
Algılanan Kalite				0,86	0,56
AK1	,727	-			
AK2	,864	14,333	0,000		
AK3	,682	9,244	0,000		
AK4	,761	10,246	0,000		
AK5	,690	9,177	0,000		
Algılanan Risk				0,83	0,55
AR2	,845	-			
AR3	,822	10,577	0,000		
AR4	,676	9,479	0,000		
AR5	,600	7,462	0,000		
Güven				0,89	0,64
G1	,606	-			
G2	,838	9,136	0,000		
G3	,831	10,496	0,000		
G4	,863	8,895	0,000		
G5	,832	9,090	0,000		
Satın alma Niyeti				0,79	0,54
SN1	,790	-			
SN2	,811	12,172	0,000		
SN3	,686	10,030	0,000		
SN4	,644	9,307	0,000		
Satınalma Davranışı				0,87	0,58
SD1	,713	-			
SD2	,699	11,625	0,000		
SD3	,878	11,318	0,000		
SD4	,800	9,884	0,000		
SD5	,700	8,693	0,000		

Yapılan analiz sonucunda verilerin geçerliliği ve güvenilirliğinin sağlandığı tespit edilmiştir. Böylece bir sonraki adıma geçilmiş olup araştırma modelinin yapısal analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın hipotezleri yol analiziyle test edilmiştir. Modelde 49'u gözlenen, 60'ı gizli, 56'sı egzogen ve 53'ü de endojen değişken olmak üzere toplam 109 değişken yer almaktadır.

Tablo 4'te yapılan analiz sonucunda elde edilen model uyum iyiliği indekslerine yer verilmiştir. Analiz sonucu elde edilen ki-kare istatistiği anlamlı çıktığı görülmektedir ($p=0,000$). Yani veri ile model arasında uyum olduğu söylenebilir. Diğer model uyum indekslerine bakıldığında ki-kare/serbestlik derecesinin (χ^2/sd) 2,384 olduğunu görmek mümkündür. Ki-kare/serbestlik derecesinin üçün altında olması model ile veri arasında mükemmel uyumun olduğunu gösterir. Ayrıca GFI, AGFI, NFI, CFI değerleri de 0-1 arasında değişir ve genellikle veri ile model arasında iyi bir uyumu göstermesi için bire yakın olması beklenir. Tablo 6'ya bakıldığında GFI değerinin ,784, AGFI değerinin ,730, NFI değerinin ,805, CFI değerinin ,875 olduğu ve bu değerlerin bire yakın olduğu görülmektedir. Veri ile model arasındaki uyumu gösteren diğer kriter RMSEA değeridir ve bu değer 0,08'den büyük olmaması istenir ancak 0,08 ile 0,10 arasındaki değerler de kabul edilebilir değerlerdir (Hair vd., 2010). Tabloya bakıldığında bu değer 0,08 olduğu görülmektedir. Tüm değerlere genel olarak bakıldığında veri ile model arasında kabul edilebilir bir uyum olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Model Uyum İndeksleri

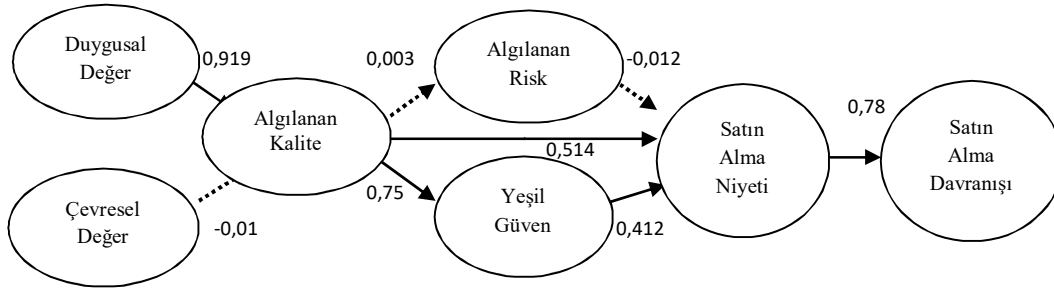
Uyum Ölçüleri	Kısaltmalar	Varsayılan Model	Doymuş Model
Ki-kare (χ^2) Değeri	CMIN	886,931	0,000
Serbestlik derecesi	SD	372	0
P	P	0,000	
χ^2/sd	CMIN/DF	2,384	
Uyum iyiliği indeksi	GFI	,784	1,000
Düzeltilmiş uyum iyiliği indeksi	AGFI	,730	
Normlaştırılmış uyum indeksi	NFI	,805	1,000
Karşılaştırmalı uyum indeksi	CFI	,875	1,000
Yaklaşık hataların ortalama karekökü	RMSEA	0,08	

Tablo 5'de yapılan analiz sonucunda elde edilmiş standartlaştırılmış regresyon katsayısı, standart hata, t değeri ve anlamlılık düzeyine yer verilmiştir.

Tablo 5: Araştırma Modeline İlişkin Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları

			Standart Regresyon Ağırlıkları	Standart Hata	t değeri	P değeri
Algılanan Kalite	<---	Duygusal Değer	,919	,346	1,958	,05
Algılanan Kalite	<---	Çevresel Değer	-,010	,424	-,023	,982
Algılanan Risk	<---	Algılanan Kalite	,003	,057	,436	,663
Yeşil Güven	<---	Algılanan Kalite	,750	,128	8,202	***
Satın alma Niyeti	<---	Algılanan Kalite	,514	,112	4,819	***
Satın alma Niyeti	<---	Algılanan Risk	-,012	,037	-,037	,969
Satın alma Niyeti	<---	Yeşil Güven	,412	,071	4,346	***
Satın alma Davranışı	<---	Satın alma Niyeti	,780	,144	7,796	***

Araştırmanın yol analizi sonuçları ve hipotez testlerinin sonuçları Şekil 2’de gösterildiği gibidir.

Şekil 2: Yol Analizi Sonrası Araştırmanın Modeli

Tablo 6’da hipotez testlerinin sonuçları özet olarak verilmiştir. Sonuçlara göre, duygusal değer algılanan kalite üzerinde yüksek oranda (%91,9) olumlu etkisi olduğu bulunurken çevresel değer algılanan kalite üzerinde olumlu etkisi bulunmamıştır. Algılanan kalitenin satın alma niyeti üzerinde %51,4 düzeyinde etkili olduğu ancak algılanan riski etkilemediği görülmüştür. Ayrıca algılanan kalitenin güveni %75 düzeyinde pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Algılanan riskin satın alma niyeti üzerinde negatif bir etkisi olsa da bu etki istatistiksel olarak anlamlı değildir. Çevre dostu ürünlere yönelik güvenin ise çevre dostu ürün satın alma niyetini pozitif yönde etkilediği ve satın alma niyetinin de satın alma davranışını yüksek düzeyde (%78) pozitif yönde etkilediği görülmüştür.

Tablo 6: Hipotez Testi Sonuçlarının Özet Gösterimi

Hipotezler		SRA	Sonuç
H1: Çevre dostu ürünlere yönelik duygusal değer çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kaliteyi etkilemektedir.	DD→AK	0,919	Desteklendi
H2: Çevre dostu ürünlere yönelik çevresel değer çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kaliteyi etkilemektedir.	ÇD→AK	-0,01	Desteklenmedi
H3: Çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kalite çevre dostu ürün satın alma niyetini etkilemektedir.	AK→SN	0,514	Desteklendi
H4: Çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kalite çevre dostu ürünlere yönelik algılanan riski etkilemektedir.	AK→AR	0,003	Desteklenmedi
H5: Çevre dostu ürünlere yönelik algılanan risk çevre dostu ürün satın alma niyetini etkilemektedir.	AR→SN	-0,012	Desteklenmedi
H6: Çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kalite çevre dostu ürünlere yönelik yeşil güveni etkilemektedir.	AK→G	0,75	Desteklendi
H7: Çevre dostu ürünlere yönelik yeşil güven çevre dostu ürün satın alma niyetini etkilemektedir.	G→SN	0,412	Desteklendi
H8: Çevre dostu ürün satın alma niyeti çevre dostu ürünlere yönelik satın alma davranışını etkilemektedir	SN→SD	0,78	Desteklendi

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çevre dostu ürünlere yönelik satın alma niyeti ve satın alma davranışı geliştirmede tüketicilerin çevresel değer, duygusal değer, çevre dostu ürünlere yönelik olarak algıladıkları kalite ve risk kavramlarının etkilerinin araştırılması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Literatür doğrultusunda çevresel ve duygusal değer algılanan kaliteyi etkileyeceği ve kalite algısının da tüketicide güven yaratacağı ve algılanan riski azaltacağı yönünde hipotezler kurulmuştur. Bunların sonucunda da çevre dostu ürünlere yönelik satın alma niyeti ve satın alma davranışı oluşacağı öngörülmüştür. Ayrıca algılanan kalitenin satın alma niyeti oluşturmada algılanan risk ve güven yolu ile dolaylı ve doğrudan etkisi de çalışmada ele alınmıştır. Literatür taraması yapılarak hipotezler oluşturulduktan sonra araştırmanın modeli çizilmiş, İstanbul il merkezinde yaşayan, çevre dostu elektronik ürün satın almış, 18 yaşından büyük tüketiciler ana kütle olarak belirlenmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi ile 210 örnekleme ulaşılmıştır. Oluşturulan araştırma modeli elde edilen örneklem sayısına göre yapısal eşitlik modeli ile test edilmiştir. Öncelikle araştırma modelinin araştırma amacıyla uyumlu olup olmadığını ve ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliklerini belirlemek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Amaç ve model uyumu sağlandıktan sonra hipotezler yol analizi ile test edilmiştir. Elde edilen sonuçlara aşağıda yer verilmiştir.

Duygusal değer çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kaliteyi etkilemesine rağmen çevresel değer çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kaliteyi etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada literatürde yapılan çalışmalardan farklı sonuç elde edildiği görülmektedir. Ariffin vd. (2016) hem duygusal değer hem de çevresel değer çevre dostu ürünlere yönelik algılanan kaliteyi etkilediğini belirtmişlerdir. Her ne kadar bireyler geleneksel alternatifini yerine çevre dostu ürün satın alarak kendilerini daha iyi bir çevre için katkı sağlayan, ahlaken doğru satın alma kararları alan daha iyi bir insan olarak hissetseler de veya satın aldıkları çevre dostu elektronik ürünleri belirli hislerle ve duygusal tepkiler ile ilişkilendirirler de ve bu durum kalite algılarında olumlu yönde etkili olsa da söz konusu çevresel olma değerinin ürüne katkısı olduğunda kalite algılarında etkili olmamıştır. Yani katılımcılar çevre dostu ürün satın alarak çevreye katkı sağlayan bilinçli bireyler olduklarını hissetmelerine rağmen çevreye yönelik arzuları, sürdürülebilirlik beklentileri ve çevresel ihtiyaçlarının çevre dostu ürünlere yönelik kalite algılarını etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada katılımcıların satın aldıkları çevre dostu elektronik ürünlerin çevre için geleneksel alternatiflere göre daha iyi olduğu, çevre dostu olduğu, bu ürünler ile çevrecilik teriminin uyduğu görüşünde olmadıkları bulunmuştur. Katılımcıların bu ürünlerin çevreye karşı sorumluluk duygusuyla üretildiği noktasında şüpheli yaklaşıtlarını söylemek mümkündür. Bu yaklaşımın sebeplerinden birinin son yıllarda işletme ve markaların sürdürülebilirlik ve yeşil olma konusunda şeffaf ve samimi olmak yerine tüketicileri bu konuda yanlış yönlendirme ve bilgilendirmeleri olabilir. Yeşile boyama olarak da isimlendirilen bu çalışmalar tüketicilerin çevreci ürünlere olan şüphelerini arttırmaktadır. Markaların reklam ve diğer tutundurma çabalarında gerçekte öyle olmadığı halde kendilerini çevre dostu olarak tanıtmaları tüketicilerin yeşil ve çevre dostu ürün ve markalara olan inancını azaltmaktadır. Ayrıca, Harttman ve Apaolaza-Ibanez'e (2006) göre, özellikle çevre dostu ürün, çevre dostu olmayan ürün ile aynı kalite ve performans sunduğunda bu durum tüketicilerin aklındaki çevresel değeri güçlendirmektedir. İşletmelerin yeşile boyama çalışmaları ise tüketicilerin geleneksel alternatiflere kıyasla çevre dostu ürünlerin kalitesini ve performansını daha az güvenilir bulmalarına sebep olmaktadır. Chen ve Chang (2012) yapmış oldukları çalışmada yeşile boyamanın yeşile yönelik güveni olumsuz etkilediği ve tüketicilerin satın aldıkları yeşil ürünlere yönelik algıladıkları riski arttırdığı sonucuna ulaşmışlardır. Böylesi bir durumda tüketicilerin sadece çevre dostu ürün satın alarak iyi bir birey olma, ahlaklı davranış sergileme gibi duygusal değerleri algılanan kalite üzerinde etkili olmaktadır.

Çalışmada elde edilen bir diğer bulgu da algılanan kalitenin çevre dostu ürün satın alma niyetini etkilediği sonucudur. Literatürde yapılan birçok çalışma benzer şekilde algılanan kalitenin çevre dostu ürün satın alma niyeti üzerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Tsiotsou, 2006; D'Souza vd., 2007; Ariffin vd., 2016). Çalışmada algılanan riskin çevre dostu ürün satın alma niyetinde etkisinin bulunmadığıdır. Wu vd. (2015), Chen ve Chang (2012) ve Snoj vd. (2004) yapmış oldukları çalışmalarda algılanan riskin satın alma niyetini olumsuz yönde etkilediği

sonucuna ulaşmışlardır. Diğer yandan algılanan kalitenin algılanan riski etkilemediği sonucuna da ulaşılmıştır. Katılımcıların çevre dostu ürüne ve ürünün performansına yönelik söz konusu olumlu kalite algılarının; ürün kategorisinin yapısı, elde edilecek fayda, ürünün beklenen görevi yerine getirip getirmemesi ile ilgili kaygılarına etki etmediği sonucuna ulaşılmaktadır. Katılımcılar çevre dostu ürünün çevresel performansının iyi olacağı konusunda şüphelidirler. Çevresel tasarımından dolayı çevre dostu ürün performansının düşük olabileceği kanısına sahiptirler. Çevre dostu elektronik ürünlere yönelik yüksek kalite algısı bu endişeleri gidermekte tek başına yeterli olmamaktadır. Kalite elektronik ürünler gibi beğenmeli ürün kategorilerinin satın alma niyeti ya da davranışı için oldukça önemlidir. Tüketiciler için beğenmeli ürünlerin kaliteli, uzun ömürlü ve sağlam olması oldukça temel kriterlerdendir. Yapılan bazı çalışmalar da kalite algısının satın alma niyetini ve davranışını olumlu etkilediğini ortaya koymaktadır (Davies vd., 1995; Souza vd., 2007; Ariffin vd., 2016). Çevre dostu ürün satın alma niyetinde olan katılımcıların, çevre dostu elektronik ürünlerin özelliklerinin üstünlüğü hakkındaki genel yargısının olumlu olduğunu söylemek mümkündür. Çevre dostu ürün satın alanların fiyattan çok kalite odaklı tüketiciler (Davies vd., 1995) olduğu söylenebilir.

Yapılan çalışmada algılanan kalitenin çevre dostu ürünlere yönelik yeşil güveni yeşil güvenin çevre dostu ürün satın alma niyetini ve satın alma niyetinin de satın alma davranışını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Marakanon ve Panjakajornsak (2017) yaptıkları çalışmada çevre dostu ürünlere yönelik duyulan güvenin bireylerin çevre dostu ürün satın alma niyetini olumlu yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Laroche vd. (1996)'ne göre de satın alma niyetinin güvenle olumlu ilişkisi vardır ve güven satın alma niyetini tahmin etmede önemli bir rol oynamaktadır. Katılımcıların satın aldıkları elektronik ürünlerin çevreye yönelik performansının iyi olduğunu, satın aldıkları ürün ve markaların güvenilirlikleri ve yeterliliklerine ilişkin şüpheli olmadıklarını söylemek mümkündür. Tüketiciler çevre dostu elektronik ürünlere yönelik oluşan beklenti veya inançları itibarıyla ürün, hizmet veya markayı tüketme eğilimindedirler. Güvenin belirsizlikte tüketici tercihinde etkili bir araç olabileceği düşünüldüğünde tüketicilerin çevre dostu elektronik ürünlere yönelik markaların ya da işletmelerin çevreci iddialarına güvenmelerinin önemli olduğu görülmektedir. Katılımcılar satın aldıkları ürünlerin markalarının çevreci vaatlerini yerine getirdiklerini düşündüklerinden bu güven de satın alma niyetini olumlu etkilemektedir. Bazı araştırmacılar çevreye duyarlı insanların çevreyi iyileştirmek için satın alma davranışlarını değiştirme ihtimalinin daha yüksek olduğunu belirtmektedirler (Arttchariya, 2012). İnsanlar çevre bilincine sahip olursa günlük faaliyetlerini çevre dostu bir yönde değiştirebilmektedirler. Bunun yanı sıra, çevresel kaygıya sahip olan ve çevre konusunda bilinçli ve duyarlı her tüketicinin satın alma davranışında bu hassasiyeti gösterdiğini söylemek mümkün değildir. Yani bireyler çevreci faaliyetleri destekleyebilir, takdir edebilir ancak çevreci tutuma sahip olsa da bu faaliyetleri uygulamayabilirler. Bu nedenle çalışmada sadece satın alma niyeti değil satın alma davranışı da ele alınmıştır. Çalışmada yeşil güvenin çevre dostu ürün satın alma

niyetini, satın alma niyetinin de satın alma davranışını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla, bireyler satın aldıkları ürünlerin çevre dostu olduğuna inandıkları takdirde bu inançları satın alma niyetlerini ve satın alma davranışlarını olumlu etkilemektedir.

Son yıllarda çevreci ve yeşil ürünlere yönelik faaliyetlerin ve çalışmaların arttığı görülmektedir. Markalar bu trende ayak uydurarak yeşil ve çevreci tutundurma çalışmalarını yoğunlaştırmakta ve tüketiciler ise çevre dostu olduklarına ilişkin algı yaratmaya çalışmaktadırlar. Bu girişimler bazen tüketicilerin yeşil etiketli ürünlere olan güvenini azaltmaktadır. Söz konusu çalışmadan yola çıkarak çevre dostu markaların yeşil ve çevreci olma konusunda tüketici güvenini arttıracak çalışmalar yürütmeleri gerektiği söylenebilir. Oluşacak güven tüketicilerin o markayı tercih etmelerinde etkili olacaktır. Güvenin yanı sıra bireyler çevre dostu ürünlerin performansı, dayanıklılığı ve uzun ömürlü olup olmadığı konusunda şüphelere sahiptirler. Bu noktada alınacak önlemler, yapılacak tanıtıcı reklamlar tüketicilerin kaygılarını azaltmaya yardımcı olacaktır. Bunu yanı sıra çevresel değer konusunda tüketicilerin tatmin edilmesi, tüketicilerin çevre dostu ürünleri satın almalarını sürdürmelerini sağlayacaktır.

Yapılan çalışma belirli kısıtlara sahiptir. Çalışmada yalnızca çevre dostu ürün kategorisinden elektronik ürünler değerlendirmeye alınmıştır. Çalışma yalnızca İstanbul il merkezinde yaşayan, 18 yaşından büyük katılımcılarla gerçekleştirilmiştir. Gelecek çalışmalarda farklı ürün kategorileri ele alınarak çevresel değer ve duygusal değer etkisi algılanan kalite ve dolayısıyla satın alma niyeti ve davranışı üzerindeki etkisi yeniden değerlendirilebilir. Özellikle elektronik ürünler söz konusu olduğundan çevresel değer algılanan kalite üzerinde etkisi bulunmamış olabilir. Araştırmaya katılan tüketiciler elektronik ürünlerde daha az çevresel değer algılamış olabilir. Bu durumda farklı ürün kategorilerine yönelik araştırma yapılması önemlidir.

KAYNAKÇA

- Aaker, D.A. (1991). *Management brand equity*. New York: The Free Press.
- Ariffin, S., Yusof, J. M., Putit, L. & Shah, M. I. A. (2016). Factors influencing perceived quality and repurchase intention towards green products. *Procedia Economics and Finance*, 37, 391-396.
- Arttachariya, P. (2012). Environmentalism and green purchasing behavior: a study on graduate students in Bangkok, Thailand. *BU Academic Review*, 11(2), 1-11.
- Arvola, A., Vassallo, M., Dean, M., Lampila, P., Saba, A., Lähteenmäki, L., & Shepherd, R. (2008). Predicting intentions to purchase organic food: the role of affective and moral attitudes in the theory of planned behaviour. *Appetite*, 50(2-3), 443-454.

Bettman, J. R. (1973). Perceived risk and its components: A model and empirical test. *Journal of Marketing Research*, 10(2), 184-190.

Cai, Z., Xie, Y. & Aguilar, F. X. (2017). Eco-label credibility and retailer effects on green product purchasing intentions. *Forest Policy and Economics*, 80, 200-208.

Chen, T. B. & Chai, L. T. (2010). Attitude towards the environment and green products: Consumers' perspective. *Management Science and Engineering*, 4(2), 27.

Chen, Y. S. & Chang, C. H. (2012). Enhance green purchase intentions: The roles of green perceived value, green perceived risk, and green trust. *Management Decision*, 50(3), 502-520.

Chen, Y. S. & Chang, C. H. (2013). Towards green trust: The influences of green perceived quality, green perceived risk, and green satisfaction. *Management Decision*, 51(1), 63-82.

Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2013). Greenwash and green trust: The mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk. *Journal of Business Ethics*, 114(3), 489-500.

Davies, A., Titterton, A. J. & Cochrane, C. (1995). Who buys organic food? A profile of the purchasers of organic food in Northern Ireland. *British Food Journal*, 97(10), 17-23.

Deutsch, M. (1958). Trust and suspicion. *Journal of Conflict Resolution*, 2(4), 265-279.

D'Souza, C., Taghian, M. & Khosla, R. (2007). Examination of environmental beliefs and its impact on the influence of price, quality and demographic characteristics with respect to green purchase intention. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 15(2), 69-78.

Eid, M. I. (2011). Determinants of e-commerce customer satisfaction, trust, and loyalty in Saudi Arabia. *Journal of Electronic Commerce Research*, 12(1), 78-93.

Ghazali, E., Soon, P. C., Mutum & D. S., Nguyen, B. (2017). Health and cosmetics: Investigating consumers' values for buying organic personal care products. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 39, 154-163.

Gonçalves, H. M., Lourenço, T. F. & Silva, G. M. (2016). Green buying behavior and the theory of consumption values: A fuzzy-set approach. *Journal of Business Research*, 69(4), 1484-1491.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J. & Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis: A Global Perspective* (Vol. 7). Upper Saddle River, NJ: Pearson.

Hartmann, P. & Apaolaza Ibáñez, V. (2006). Green value added. *Marketing Intelligence & Planning*, 24(7), 673-680.

Hartmann, P. & Apaolaza-Ibáñez, V. (2012). Consumer attitude and purchase intention toward green energy brands: The roles of psychological benefits and environmental concern. *Journal of Business Research*, 65(9), 1254-1263.

Haws, K. L., Winterich, K. P. & Naylor, R. W. (2014). Seeing the world through green-tinted glasses: Green consumption values and responses to environmentally friendly products. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 336-354.

Hobbs, J. E. & Goddard, E. (2015). Consumers and trust. *Food Policy*, 52, 71-74.

Jaiswal, D. & Kant, R. (2018). Green purchasing behaviour: A conceptual framework and empirical investigation of Indian consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 60-69.

Johnson, M. S., Sivadas, E. & Garbarino, E. (2008). Customer satisfaction, perceived risk and affective commitment: An investigation of directions of influence. *Journal of Services Marketing*, 22(5), 353-362.

Kotler, P. & Sarkar, C. (2017). *Finally! Brand activism*. <http://www.marketingjournal.org/finally-brand-activism-philip-kotler-and-christian-sarkar/> (Erişim Tarihi: 03.04.2019).

Kim, Y. & Choi, S. M. (2005). Antecedents of green purchase behavior: An examination of collectivism, environmental concern, and PCE. *ACR North American Advances*, 32, 592-599.

Lai, C. K. & Cheng, E. W. (2016). Green purchase behavior of undergraduate Students in Hong Kong. *The Social Science Journal*, 53(1), 67-76.

Laroche, M., Kim, C. & Zhou, L. (1996). Brand familiarity and confidence as determinants of purchase intention: An empirical test in a multiple brand context. *Journal of Business Research*, 37(2), 115-120.

Loureiro, M. L. (2003). Rethinking new wines: Implications of local and environmentally friendly labels. *Food Policy*, 28(5-6), 547-560.

Marakanon, L. & Panjakajornsak, V. (2017). Perceived quality, perceived risk and customer trust affecting customer loyalty of environmentally friendly electronics products. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(1), 24-30.

Mitchell, V. W. (1999). Consumer perceived risk: Conceptualizations and models. *European Journal of Marketing*, 33(1/2), 163-195.

Ophuis, P. A. O. & Van Trijp, H. C. (1995). Perceived quality: A market driven and consumer oriented approach. *Food Quality and Preference*, 6(3), 177-183.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.

Parguel, B., Benoît-Moreau, F. & Larceneux, F. (2011). How sustainability ratings might deter 'greenwashing': A closer look at ethical corporate communication. *Journal of Business Ethics*, 102(1), 15-28.

Patterson, P. G. & Spreng, R. A. (1997). Modelling the relationship between perceived value, satisfaction and repurchase intentions in a business-to-business, services context: An empirical examination. *International Journal of Service Industry Management*, 8(5), 414-434.

Peter, J. P. & Ryan, M. J. (1976). An investigation of perceived risk at the brand level. *Journal of Marketing Research*, 13(2), 184-188.

Ricci, E. C., Banterle, A. & Stranieri, S. (2018). Trust to go green: An exploration of consumer intentions for eco-friendly convenience food. *Ecological Economics*, 148, 54-65.

Romani, S., Grappi, S., Zarantonello, L., & Bagozzi, R. P. (2015). The revenge of the consumer! How brand moral violations lead to consumer anti-brand activism. *Journal of Brand Management*, 22(8), 658-672.

Sheth, J. N., Newman, B. I. & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159-170.

Snoj, B., Pisnik Korda, A. & Mumel, D. (2004). The relationships among perceived quality, perceived risk and perceived product value. *Journal of Product & Brand Management*, 13(3), 156-167.

D'Souza, C., Taghian, M. & Khosla, R. (2007). Examination of environmental beliefs and its impact on the influence of price, quality and demographic characteristics with respect to green purchase intention. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 15(2), 69-78.

Strong, C. (1996). Features contributing to the growth of ethical consumerism-a preliminary investigation. *Marketing Intelligence & Planning*, 14(5), 5-13.

Suki, N. M. (2016). Consumer environmental concern and green product purchase in Malaysia: Structural effects of consumption values. *Journal of Cleaner Production*, 132, 204-214.

Sweeney, J. C., Soutar, G. N. & Johnson, L. W. (1999). The role of perceived risk in the quality-value relationship: A study in a retail environment. *Journal of Retailing*, 75(1), 77-105.

Teng, C. C. & Lu, C. H. (2016). Organic food consumption in Taiwan: Motives, involvement, and purchase intention under the moderating role of uncertainty. *Appetite*, 105, 95-105.

Trott, S. & Sople, V. V. (2016). Brand equity: An Indian perspective. New Delhi: PHI Learning Pvt. Ltd.

Tsiotsou, R. (2006). The role of perceived product quality and overall satisfaction on purchase intentions. *International Journal of Consumer Studies*, 30(2), 207-217.

Wu, J. H., Wu, C. W., Lee, C. T. & Lee, H. J. (2015). Green purchase intentions: An exploratory study of the Taiwanese electric motorcycle market. *Journal of Business Research*, 68(4), 829-833.

Yoo, B., Donthu, N. & Lee, S. (2000). An examination of selected marketing mix elements and brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 195-211.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *The Journal of Marketing*, 52(3) 2-22.

Yayın Geliş Tarihi: 12.06.2018
Yayına Kabul Tarihi: 05.06.2019
Online Yayın Tarihi: 19.12.2019
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.433291>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1173-1195
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

SOSYAL MEDYADA PAYLAŞILAN REKLAMLARIN KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ VE CİNSİYETÇİLİK KAVRAMLARI BAĞLAMINDA İNCELENMESİ¹

*Cihangir EKER**

Öz

Bu çalışmada sosyal medya ortamında görülen reklam paylaşımlarında var olan cinsiyetçi dil ve bu dilin kültür endüstrisi ile ilişkisi irdelenmektedir. Adorno, kültür endüstrisini "bireyi bir meta haline getiren ve iktidarın kullanımına sunan bir araç" olarak tanımlamaktadır (Alpyürür). Tüketim ve tükettirmek üzerine inşa edilen kitle kültürünü üreten bu endüstri; sanat, eğlence, dinlenme, boş zamanları değerlendirme gibi pek çok yaşam pratiğini tüketim eylemine dönüştürmektedir (Kara, 2014: 52). Bu dönüştürme eyleminin propagandasını kitle iletişim araçları üzerinden gerçekleştiren endüstri bunun için reklamları sık sık kullanır ve reklamlarda genellikle cinsiyetçi söylemlere başvurur. Televizyon ve sinema gibi ortamlarda görünür olan cinsiyetçi söylemle inşa edilmiş bu reklamlarla internette de karşılaşmakta ve bunlar bireyin cinsiyetçi söylemlere maruz kalmasına sebep olmaktadır. Araştırmanın amacı, internet ortamında var olan ve kültür endüstrisinin çıkarlarıyla örtüşen, tüketim propagandasını cinsiyetçi söylemlere başvurarak üretilen bu reklamlara dikkat çekmek ve bu konuda farkındalığı artırmaktır. Araştırma literatür taramasına dayalı betimsel bir çalışmadır. Ayrıca seçilen reklam görselleri, kültür endüstrisi ve cinsiyetçilik kavramları çerçevesinde içeriksel olarak incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Reklam, Sosyal Medya, Kültür Endüstrisi, Cinsiyetçilik, Toplumsal Cinsiyet.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Eker, C. (2019). Sosyal medyada paylaşılan reklamların kültür endüstrisi ve cinsiyetçilik kavramları bağlamında incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1173-1195.

¹ Yönlendirmeleri ve desteğiyle bu çalışmanın şekillenmesi sırasında sayısız katkısı olan sevgili hocam Doç. Dr. İlker Özdemir'e teşekkürlerimi sunuyorum.

* Arş. Gör., Fırat Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, ORCID: 0000-0001-5191-8469, ceker@firat.edu.tr

INVESTIGATION OF THE ADVERTISEMENTS SHARED IN SOCIAL MEDIA IN THE CONTEXT OF CULTURAL INDUSTRY AND SEXISM CONCEPTS²

Abstract

In this study, the sexist language existing in the advertisement sharings in social media and its relation with culture industry are examined. Adorno describes the culture industry as "a tool that makes the individual a commodity and presents it to the use of power" (Alpyürür). This industry, which produces mass culture built on consumption and dissipating, turns many lifestyle practices such as art, entertainment, leisure, leisure time into consumption activities. The industry that makes propaganda of this transformation through mass media often uses advertising for it and often resort to sexist discourse in advertisements. These advertisements, which are constructed with a sexist discourse emerging in the media such as television and cinema, are also visible on the internet and cause the individual to be exposed to sexist discourses. The aim of the research is to draw attention to and raise awareness of these advertisements, which exist in the internet and which overlap with the interests of the culture industry and which are produced by resorting to sexist discourses of consumption propaganda. Research is descriptive study based on literature search. Also, selected advertisement images examined contextually by relationships between cultural industry and sexism subjects.

Keywords: Advertisement, Social Media, Culture Industry, Sexism, Gender.

GİRİŞ

Reklamcılık, Sanayi Devrimi sonrası pazarda görülen rekabet ortamı sonucu ortaya devasa afişler olarak çıkan ve günümüze kadar çeşitli yüzeylerde kendini göstermeye devam eden, satılan ürünlerin tanıtımının yapıldığı iş alanını tanımlamaktadır. Ancak bu alan dahilinde üretilen ürünler kültür endüstrisinin çıkarları doğrultusunda şekillendirildiğinde, tüketiciyi bilgilendirmek yerine "yanıltılabilir" ürünler haline de dönüşebilmektedir. Frankfurt Okulu³ akademisyenlerinden Adorno ve Horkheimer'in kültürün "yukarıdan" üretilip yönetildiği savından hareketle tanımlandığı (Adorno'dan akt. Kurt, 2009: 41) bir kavram olan kültür endüstrisi, insanların sürekli olarak tüketmeye özendirildiği ve kurgulanmış bir kültürün sürekli olarak yeniden üretilip pazarlandığı bir kültüre

² I would like to thank to dear Assoc. Prof. İlker Özdemir for his numerous contributions for the shaping of this work with his guidance and support.

³ Frankfurt Okulu, 1923'de Frankfurt Üniversitesi'nde Marksist kuram çalışmaları için kurulan Institut für Sozialforschung'da (Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü) bir grup entelektüel ve özgün bir toplum kuramını (Küçükcan, 2002: 257) tanımlamak için kullanılan isimdir. Okul, eleştirel bir teori geliştirmek ve toplumun çelişkilerini sorgulayarak diyalektik öğrenme yöntemini yaygınlaştırmak için bilinen bir akademisyen grubuna atıfta bulunur ve Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Erich Fromm ve Herbert Marcuse'un çalışmaları ile yakından ilişkilidir. Fiziksel anlamda bir 'okul' değilse de, Almanya'daki Frankfurt Üniversitesi'nin Sosyal Araştırmalar Enstitüsü'nde araştırmalar yürüten akademisyenlerce yaratılan düşünsel ekole işaret etmektedir (Tufan, 2017).

işaret etmektedir. Bu özendirme ve pazarlama işlemi ise, özellikle kamusal alanda ve kitle iletişim araçları vasıtasıyla karşılaştığımız reklamlar tarafından gerçekleştirilmektedir.

20. yüzyıldan itibaren başta sinema ve televizyonlarda olmak üzere kamusal alandaki afiş ve billboardlar üzerinde de sıkça gördüğümüz reklamlar, 21. yüzyılla birlikte hayatımızda vazgeçilmez bir yer edinen internet ortamında da karşımıza çıkmaya devam etmektedir. İnternet sitelerinde ve sosyal medya ortamında yer alan reklamlar, tıpkı diğer platformlarda gördüğümüz reklamlar gibi ürün hakkında bilgi vermek veya reklamın gücünü kullanarak çeşitli problemlere dikkat çekmek yerine, bireyin ürünü satın almasını sağlamak için bir "özgürlük ve tercih yanılması tuzağı" kurarak (Williamson, 2001: 43) kültür endüstrisinin çıkarlarına hizmet etmektedir. Bunu gerçekleştirirken de çoğunlukla toplumsal cinsiyet normlarına başvurarak, kadınları ve erkekleri belirli kalıplara yerleştirmekte ve bireyleri bu şekilde tüketim yapmaya yönlendirmektedir. Bu çalışmada, sosyal medyada yer alan reklamların arasından seçilen örnekler, kültür endüstrisi ve toplumsal cinsiyet kavramları çerçevesinde incelenecektir. Bu incelemenin yapılmasıyla sosyal medya ortamında karşılaşılan reklam paylaşımlarının cinsiyetçi ve tüketime özendirici söylemler taşıyıp taşımadığı konusunda farkındalık oluşturmak amaçlanmaktadır.

KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ VE REKLAMLAR

Kültür endüstrisi, Frankfurt Okulu akademisyenleri Theodor Adorno ve Max Horkheimer'in yaptığı ortak bir çalışmada ele alınmış bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Aydınlanmanın Diyalektiği adlı eserde Adorno ve Horkheimer, bu kavramdan önce ilk olarak "kitle kültürü" kavramını kullanmış olsa da, bir süre sonra kültür endüstrisi kavramını tercih etmişlerdir. Adorno bunun sebebini; kültür endüstrisi yandaşları tarafından kitle kültürü kavramının "kitlelerden kendiliğinden çıkan bir kültür sorunu" olarak tanımlanabileceğini, oysa kültür endüstrisi ürünlerinin az çok belirli bir plana göre üretildiği ve ayrıca bu kültürün yukarıdan, görünmeden empoze edilen (Jay, 2001: 163), tasarlanmış bir kültüre işaret etmesinden ötürü "kültür endüstrisi" kavramını kullanmayı tercih ettiklerinin altını çizmiştir (Adorno, 2003: 76). Dolayısıyla kültür endüstrisi, seçkin bir azınlık tarafından kitlesel tüketim için üretilen ve pazara sunulan kültürel ürünlerin üretildiği bir endüstri (Adorno'dan akt. Özdemir, 1996: 27) anlamına gelmektedir.

Kültür endüstrisinin en önemli özelliği, bireyleri bir özgürlük yanılmasına sokarak, tasarlanmış bir yaşam biçimini bireylere zorla dayatmasıdır. Kültür endüstrisi, şeyleşmiş⁴ ürünlerini bireylere sanki o ürün bireyin

⁴ İlk olarak Karl Marx ile ortaya çıkmış olan bir kavram olan şeyleşme, Marx tarafından bireyin metaya içgüdüsel olarak yönelmesi veya meta fetişizmi olarak tanımlanmıştır (Sarıkaya, 2017: 63). Horkheimer'e göre "şeyleşme", insan faaliyetinin bütün ürünlerinin

temel ihtiyacıymış gibi göstererek satın aldırır ve Adorno'ya göre bu, kültür endüstrisinin doğasında vardır (Adorno'dan akt. Alpyürür: 2017). Kapitalizmin bireyciliği desteklediği ve bireye seçenekler sunduğu iddiasına karşı çıkan Adorno, beğeniler ve seçeneklerimizin kültür endüstrisi tarafından belirlendiğini ve kullanıcılara, özgür bir seçim iradesine sahiplermiş gibi bir algı yerleştirildiğini ifade eder (Adorno'dan akt. Doğan: 2015: 140). Ancak özünde, birey neredeyse hiç bir seçiminde gerçekten özgür değildir:

Modern çağda özgür görünen ve kendi tasarrufları içinde bağımsız bir yaşam süren insanın evinden yiyeceklerine kadar her şey piyasa tarafından dizayn edilmiştir. Öyle ki modern çağın insanın içinde yaşadığı evler, çalıştığı işyerleri ve içine girip çıktığı binaların kendisi bile bu dizaynın bir ürünüdür. Modern çağda bireyin tüm zamanı ve yaşam alanı kapitalist döngüyü elinde tutan tröstlerin amacına hizmet edecek biçimde yapılandırılmıştır (Fırıncıoğulları, 2016: 34).

Bu yapılandırmanın sonucu olarak bireyler, zaruri olarak ihtiyaç duymadığı pek çok şeyi gerçek birer ihtiyaçmış gibi algılamaya başlarlar, zorunlu ihtiyaçlar ve zorunlu olmayan ihtiyaçlar iç içe geçer. Marcuse'ye göre (1975) özel toplumsal çıkarların bireye yüklediği ihtiyaçlar yapay (zorunlu olmayan) ihtiyaçlardır, bireyin bu ihtiyaçları benimsemesi ve bunlarla özdeşleşmesi halinde ise yabancılaşma sorunu ortaya çıkar. Kültür endüstrisinin dayattığı yaşam biçimiyle yakından ilişkili olan yabancılaşma kavramı en genel tanımıyla bireylerin birbirlerinden ya da belirli bir ortam ve süreçten uzaklaşmaları anlamına gelmektedir (Marshall'dan akt. Ünalı Yüksek, 2011: 5). Fromm'a göre yabancılaşmış insan, kendisini dünyanın merkezi ve fiillerinin yaratıcısı olarak görmemektedir. Aksine, modern endüstri toplumunda, fiiller ve bu fiillerin sonuçları insana hükmetmektedir. Yabancılaşmış insan, hem diğer kişilerden hem de kendisinden kopmuştur (Osmanoğlu, 2016: 84). Diğer kişilerden ve kendisinden uzaklaşan ve özünü yitiren yabancılaşmış insan, kültür endüstrisi tarafından kendisine sunulan yaşam biçimini tamamıyla kabul etmiş ve yaşamını bu endüstrinin tüketim ve yaşayış kriterlerine göre şekillendiren bir birey haline dönüşmüştür.

Kültür endüstrisi, yabancılaşmış bireye benimsetmek istediği tüm değerleri kitle iletişim araçları üzerinden sunmakta, barınma, yeme-içme ve giyim-kuşamla ilgili metalar ile eğlence ve bilişim sektörlerinin karşı konulmaz ürünleri pazarlanmaktadır (2016: 86). Özellikle boş zamanlar, yeme-içme, giyim ve eğlence gibi alanlarla doldurulabilmesi açısından, kültür endüstrisi için ayrı bir önem arz etmektedir. Sanayi devrimiyle birlikte makineleşmenin yaygınlaşması, insanların iş vakitlerinin kısalmasına, dolayısıyla boş zamanlarının artmasına sebep olmuştur. Bu boş vakitlerin kapitalist sistem tarafından fark edilmesi ise uzun sürmemiştir.

metaya dönüştüğü sanayi toplumunun doğuşuyla birlikte baskın bir hale gelmiştir (Horkheimer'dan akt. Osmanoğlu, 2008: 14). Dolayısıyla şeyleşme, bir anlamda yabancılaşmadır ve insanın kendi ürettiği gerçekliğe yabancılaşarak, onu kendisinin ürettiğini algılayamaması ve sanki doğada var olan herhangi bir kanunmuş gibi kabul etmesidir (Metin, 2011: 78).

Boş zamanın kapitalist sistem tarafından kârlı bir değiş tokuş aracı olarak keşfedilmesiyle, boş zamanın doğasında ve kullanım değerinde büyük değişimler görüldü. Boş zaman başlangıçta nicel olarak artırıldı ve bu zamanın kapitalist çarkı döndürecek tarzda bir tüketim üssü olarak düzenlenmesi yoluna gidildi. Zira tüketim faaliyeti de en fazla, çalışma dışı saatlerde artış gösterdiğinden, iş dışı alanların artan bir ivmeyle kapitalist düzenlemelere konu olduğu, tüketimci bir karakter kazandığına tanık olundu. (Aytaç, 2006: 33)

Adorno'nun söylemiyle adeta bir "tüketim eylemine dönüştürülen" (Kara, 2014: 52) boş zamanların bu yönde düzenlenmesiyle bireyler, boş zamanlarını eğlenerek ve tüketerek geçirmeye yönlendirilmeye başlanmıştır. Eğlence, kültür endüstrisinin devamlılığı için kullanılan bir araç haline dönüşmüştür. Aytaç (2006, s.44), Ritzer'in tam da bu noktada tüketim araçlarını elinde bulunduranların bitimsiz bir tüketim hırsını körüklemek suretiyle dünyayı "eğlenceli" kılarak yeniden büyülediklerini ileri sürdüğünü aktarır. Bu büyüleme, esasında bireyin boş zamanlarında iş hayatına yeniden hazırlanması üzerine kurulu bir süreç anlamına gelmektedir.

İnsanlar, iş sürecine tekrar dönmeleri gerektiğinin farkında olarak bu iş süreci ile baş edebilmek için eğlenmenin peşine düşmektedirler. Ancak, insanların iş sürecinden kaçtıkları bu 'eğlenme' alanları da bağımsız ve kendi tercihleri ile belirlenen alanlar değildir. Sistem, insanların yeniden iş sürecine dahil olabilmeleri ve kendilerini var edebilmeleri için gereken gücü sağlayacakları eğlenme alanlarını da yönetmekte ve kontrol altında tutmaktadır. (Kurt, 2009: 59)

Dolayısıyla bireyin nasıl ve nerede eğleneceği, nelerden zevk alması gerektiği, bu süreç içinde neleri tüketmesi gerektiği gibi pek çok detay, kültür endüstrisi tarafından belirlenmekte ve bireylere dayatılmaktadır. Birey, tıpkı kültür endüstrisi ürünleri gibi eğlence mekân ve biçimlerinin seçiminde de yalnızca kendisine sunulanlar arasında seçim yapmak zorunda bırakılmaktadır. Sunulan bu seçeneklerin propagandası ise, kitle iletişim araçları ve reklamlar üzerinden gerçekleştirilmektedir.

Kitle iletişim araçları, tek bir noktadan pek çok noktaya iletişimi mümkün kılan gazete, radyo, sinema ve televizyon gibi araçları tanımlayan bir kavramdır. Pek çok insanın bilgi edinme, eğlenme, gündemi takip edebilme gibi ihtiyaçlarını giderebilmesinin yanında bu araçlar, manipülasyon ve propaganda aracı olarak kullanıldıkları zaman, kitlelerin yararından ziyade zararına çalışan araçlar haline dönüşebilmektedir. Kültür endüstrisi bağlamında ele alındığında, kitle iletişim araçlarının sahipleri günümüz kapitalist toplumunun egemenleridir: İletişim ve medya sektörünün tekelleri konumundaki büyük sermaye artık bu güce hükmetmektedir (2009: 47). Bu egemenler, kitleleri istedikleri gibi şekillendirebilmek ve yönlendirebilmek için kitle iletişim araçlarının gücünü kendi çıkarları doğrultusunda kullanmaktadırlar. Televizyonlarda ve başta Hollywood sineması olmak üzere sinema sektöründe, bireylerin "maruz kaldığı" içerikler

genelde birbirinin kopyası, suni, başı ve sonu belli olan, birbirini tekrar eden içeriklerden ibarettir. Bütün bu birbirinin farklı versiyonu olan ama aynı içeriğe sahip ürünler, standart kimlik tiplerinin oluşmasına da yardımcı olmaktadır (Doğan, 2015: 140).

Kitle iletişim araçlarıyla beraber reklamlar da, kitlelerin standart bireyler haline dönüşmesi için egemen güçlerin kullandığı propaganda araçlarının başında gelmektedir. Sanayileşmeyle birlikte seri üretim imkânının gelişmesi, dolayısıyla şirketlerin ortaya çıkması ve bu şirketlerin ürünlerini satmak adına birbiriyle rekabet etmeye başlaması, bu ürünlerin halka daha iyi duyurulması gerekliliğini doğurmuştur. Satıcıların müşterilerini, sundukları ürün ve hizmetlerin yararlarına dair eğitmeye çalışması sonucu, aynı anda yazı ve görüntü basma tekniklerinin de gelişmesiyle birlikte reklamcılık adı verilen medya türü ortaya çıkmıştır (Heller ve Cwast, 1991). 19. yüzyılın sonlarına doğru, özellikle Jules Cheret ve Alphonse Mucha gibi sanatçılarla birlikte reklamcılık ve grafik tasarım, yeni bir alan olarak var olmaya başlamıştır.

Reklamcılığın kültür endüstrisi ile yollarının kesişmesi ise 20. yüzyılın başlarından itibaren gerçekleşmiştir. Reklamın kitlelere seslenebilme konusundaki gücünü fark eden egemen güçler, bu iletişim biçimini kendi çıkarları için kullanmaya başlamıştır. Satılan ürün hakkında bilgilendirici ve etkileyici bir işlevi olan reklamlar artık ürünü değil; romantizm, güzellik, arzu ve doyum gibi iyi hayat imgelerini satmaya başlamış, dolayısıyla bu imgeleri tüketim ürünleriyle iliştirir olmuşturlar (Featherstone'dan akt. Özdemir, 2012: 17). Böylelikle reklamlarda aslanan ürünün niteliği değil, ürünün imgesi ve bu imgenin birey için ifade ettikleri olmuştur.

Reklamlarda içerikten çok görüntünün biricikliği esas olandır. Modern yaşamda insan hayatını kuşatan reklam imgeleri, devamlı olarak mutlu, başarılı insanlarla dolu, sorunlardan uzak hayali bir dünya yaratır. İzleyiciler de aktif olarak bu dünyanın içinde konumlandırılır. Tüketiciler ancak ürünleri kullandıkları müddetçe bu dünyanın kapısını aralayabileceklerdir (Batı, 2015: 23)

Reklamlarda sunulan şeyleşmiş ürünlerin tüketilmesiyle bireyin yalnızca mutluluk ve hazzı değil, toplumsal bir konuma da sahip olabileceği, reklamlarda vurgulanan ve bireyi ürünü almaya sürükleyen bir başka olgudur. "Çekici hale gelmiş imgelerini seyircisine sunan reklamlar, toplumdaki bireyin toplum içindeki konumunu belirler" (2015: 24). Eğer birey reklamı yapılan ürünü satın alırsa mutluluk ve keyif almakla kalmayacak, aynı zamanda kıskanılan bir kişi de olacaktır ve toplumsal konumunu da pekiştirecektir. Reklamlar, ürünü satın almanın sonucu olarak bireye vaatlerde bulunmakla kalmaz, aynı zamanda "hiçbir şeyin yoksa sen de bir hiç olursun" korkusuna dayanarak bir huzursuzluk da yaratır (Berger, 2009: 143). Bunların sonucu olarak, reklama maruz kalan bireyin ürünü almayı arzulamaktan başka bir seçeneği kalmamaktadır. Kitle iletişim araçlarının ve dolayısıyla reklamların da etkisiyle insan, dış dünyayla ilişkilerinin bilincine varamayan ve toplumu yönetenlerin istediği şeyleri, istediği ölçüde, istediği yer ve

zamanda tüketen bir robot haline gelmektedir (Toran'dan akt. Osmanoğlu, 2016: 86-87).

Kültür endüstrinin menfaatleri doğrultusunda bireylere durmaksızın hayaller satar hale gelen reklamlar, günümüzde bu mevcut durumunu sürdürmektedir. 20. yüzyıldan bu yana radyo, sinemalar ve televizyonlarda sıklıkla karşımıza çıkmakta olan ve bizi sürekli olarak daha fazla tüketmeye davet eden reklamlar, 1990'lı yıllarla birlikte hayatımıza giren ve 21. yüzyılın vazgeçilmez iletişim mecralarından biri olan internet ortamında da bu davetine devam etmektedir. Gerek Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya ortamlarında, gerekse sıklıkla kullanmakta olduğumuz haber, sanat ve alışveriş içerikli internet sitelerinde çoğu zaman reklamlarla karşılaşmaktayız. Bu reklamlar kültür endüstrisinin isteklerine göre şekillendirilerek; hem bireyleri sürekli olarak tüketmeye sevk etmekte, hem de kültür endüstrinin beslediği toplumsal cinsiyet normlarını yeniden üreterek, bireylerin bu normları kanıksamasına yardım etmektedir. Kültür endüstrisinin reklamlar aracılığıyla bireylere toplumsal cinsiyet rollerini dayatması ve bireylerin tüketimlerini bu roller çerçevesinde gerçekleştirmesini amaçlaması; temelinde eşitsizlik yaratan bu rollerin pekiştirilmesini sağlamakta, dolayısıyla cinsler arası eşitliğin olmadığı toplumsal yapının devam etmesine katkıda bulunmaktadır.

KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ VE REKLAMLARLA İLİŞKİSİ AÇISINDAN CİNSİYETÇİLİK VE TOPLUMSAL CİNSİYET KAVRAMLARI

Cinsiyetçilik, bir cinsiyetin diğer bir cinsiyetten daha ayrıcalıklı/üstün olduğuna dair düşünce biçimi ve inanıştır. Cinsiyetçi bakış açısı, toplumdaki cins rollerine ilişkin geleneksel kalıp yargılar ve bunun sonucunda oluşan davranış biçimleriyle beslenir (Arslan, Ünal ve Türkoğlu, 2009: 386). Toplum yaşamında tarih boyunca zamanla kendine yer bulmuş cinsiyet kalıplarının bir sonucu olarak bireylerde cinsiyetçi fikirler ve davranış kalıpları oluşmaktadır. Bu kalıplar genellikle kadının ikincil cinsiyet olarak görüldüğü çeşitli kısıtlamalar ile yasaklamalardan meydana gelmektedir. Söz konusu cinsiyetçi yasaklama ve kısıtlamaların çıkış noktası olarak ise Glick ve arkadaşları, "Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik" kavramını işaret ederler. Çelişik Duygulu Cinsiyetçilik kuramına göre cinsiyetçilik, kadına karşı oluşan derin çelişkilerle belirginleşen özel bir önyargı durumudur ve bu kuramı düşmanca cinsiyetçilik ve korumacı cinsiyetçilik kavramları oluşturmaktadır (Sakallı Uğurlu, 2002: 48). "Korumacı cinsiyetçilik, kadınların kırılgan olduğu ve korunmaları gerektiği inancına karşılık gelmektedir. Düşmanca cinsiyetçilikte ise değersiz olduğuna inanılan kadınlara karşı düşmanca tutumlar beslenmektedir ve özellikle geleneksel rollerle uyumsuz olan kadınlara karşı olumsuz tutum ve davranışların sergilenmesi söz konusudur" (Kaşdarma, 2018: 2446). Korumacı cinsiyetçiliğe göre kadınlar, erkekler tarafından korunması gereken, acizyet taşıyan varlıklardır. Bir ölçüde ise bu, düşmanca cinsiyetçiliği ört bas etmek ve kendilerini daha iyi hissetmek için bireylerin kullandığı bir

önyargıdır; bu önyargı kadınların zayıf olarak algılanması ile birlikte; “onlar için çalışma”, “onları koruma” ve “onları el üstünde tutma” şeklinde varlığını göstermektedir (Sakallı Uğurlu, 2002: 49).

Bu iki kavram çerçevesinde şekillenen cinsiyetçilik ve cinsiyetçi yaklaşım toplumlarda hem erkekler, hem de kadınlar tarafından kabul görebilse de, genellikle erkek egemen bir toplumun inşası ve sürdürülebilmesinin amaçlanması dolayısıyla cinsiyetçi anlayış, özünde erkeğin kadına dayatmakta olduğu yargılara ve kalıplara işaret eder. "Kadın cinselliğinin ve doğurganlığının kontrolünü elinde tutan toplumsal mekanizmalar, birçok toplumda erkek egemenliğinin sürdürülmesi anlayışına hizmet etmektedir. Bu anlayış, dolaysız baskı ve şiddet yoluyla olduğu kadar, siyasi, ekonomik, toplumsal ve kültürel yönlendirmelerle de gerçekleştirilmektedir" (Mora, 2005: 3). Bunun sonucu olarak cinsiyetçi bir düşünüş biçimine sahip olan erkek bireyler; kadınların ne giyecekleri, hangi mesleklerde çalışabilecekleri, kiminle görüşüp görüşemeyeceği ve nereye gidip gidemeyeceği gibi pek çok davranışları üzerinde söz sahibi olduklarını düşülebilmekte ve kadınları böylelikle eril bir tahakkümün içine hapsedmeyi normalleştirebilmektedirler. Söz konusu bu eril tahakkümün kadınlar ve kadınlık üzerine dayattığı bütün yargı ve önkabuller ise, toplumsal cinsiyet rollerini oluşturmakta ve dolayısıyla toplumsal cinsiyet kavramının tartışılmasını gerekli kılmaktadır.

Toplumsal cinsiyet; henüz 20. yüzyıldan beri tartışılan, ancak varlığı yüzyıllar öncesine dayanan ve toplumsal yapıyı büyük ölçüde etkileyen çeşitli normları kapsayan bir kavramdır. Bu kavram toplumsallaşma sürecinde öğrenilmekte ve içselleştirilmekte (Ügümü, Adalı Aydın ve Aydın, 2017: 240), böylelikle bireylerin toplumsal yapı içindeki konumlarını büyük ölçüde belirlemektedir. Kavramın biyolojik cinsiyet kavramıyla, dolayısıyla "cinsiyet" kavramıyla arasında küçük bir fark vardır: cinsiyet kavramı, bireylerin biyolojik ve fiziksel farklılıklarına işaret etmektedir. Daha geniş bir ifadeyle cinsiyet, kişinin kadın ya da erkek olarak gösterdiği genetik, fizyolojik ve biyolojik özelliklerdir" (Karagöz, 2016: 44). Ancak bu iki kavram, Butler'a göre tamamen birbirinden ayrılmaz; Butler bu ayrımı kabul etmenin, aynı zamanda insanların kendilerine doğuştan verilen seks cinsiyetinden ve bedenlerinden oluştuğunu kabul etmek anlamına geldiğini aktarmaktadır (wikiwand.com/Cinsiyet).

Birey, toplumsal cinsiyet normlarına henüz anne karnındayken ve cinsiyeti belli olduğu andan itibaren maruz kalmaya başlar. Daha doğmadan ebeveynleri ona, zaman içinde onun cinsiyetiyle bağdaştırılmış olan renk, desen ve formları içeren giysiler ve eşyalar almaya başlarlar. Doğduğu zaman ona verilecek isim, ailenin doğumdan sonraki süreçteki yaklaşımlarının tamamı toplumsal cinsiyet normlarına uygunluk gösterebilmektedir. Toplumda erkeklerin cesur, atılgan, güçlü ve korumacı; kadınların ise narin, titiz, sevecen ve yumuşak olduklarına dair kabul gören yargılar, ebeveynlerin çocuk yetiştirme biçimlerini de etkiler. Kızlar evcimen bir eğitim alır ve oynadığı oyunlarla salt evliliğe ya da ev içine yakın olan ve kadın

mesleği olarak tanımlanan öğretmenlik veya hemşireliğe hazırlanır, erkekler ise genellikle evin alışverişini yapmak için dış dünyaya gönderilir (Sezer, 2010: 74). Böylelikle bireyler bebeklik ve çocukluklarından itibaren cinsiyetçi düşünüş biçimine maruz kalır ve cinsiyet rollerini öğrenmeye başlarlar.

"Cinsel roller, içinde bulunulan toplum ve kültürün bireylerden beklentilerini içerir. Bu rollerin öğretilmesinde pek çok kurum ve pratik iş görür ve bu yolla cinsel kimlikler yapılandırılır" (Sezer, 2006: 116). Heteronormatif⁵ anlayış çerçevesinde ortaya çıkan bu rollerde erkeğin ve kadının nasıl davranacağı, nasıl giyineceği, nelerden hoşlanıp hoşlanmayacağı gibi pek çok şey belirlenmekte ve şekillendirilmektedir. Söz konusu roller erkeğin dışarıda, kamusal alanda varlığını sürdüren, hanenin geçimini sağlayan, cesur, atılgan, girişken, güçlü ve sert bir yapıda; kadının ise evin içinde kapalı mekânda bulunan, evin işlerinden ve çocukların yetiştirilmesinden sorumlu olan kişilik özellikleri gösterir yapıda olmasını istemektedir. Bunun sonucu olarak erkek ve kadın bireyler arasında eşitsizliğe dayalı toplumsal konumlar inşa edilmiş olur. Eşitsizlik üzerine temellenen bu yapıda erkek birincil, kadın ise ikincil konumda bulunmakta; Bourdieu bu durumu erilin dişil üzerine tahakkümü olarak tanımlamaktadır.

"Kadınları, varlığı, algılanan varlık olan sembolik nesnelere halinde oluşturan eril tahakküm, onları daimi bir bedensel güvensizlik, hatta sembolik bağımlılık halinde tutmak gibi bir etkiye sahiptir: her şeyden önce başkalarının bakışı tarafından var edilir ve o bakış için var olurlar, yani sıcakkanlı, çekici ve el altındaki nesnelere olarak. Onlardan "kadını", yani güler yüzlü, sempatik, dikkatli, itaatkâr, ağırbaşlı, ölçülü olmaları beklenir, hatta kendi kendilerini geri plana atmaları. "Dişilik" olarak isimlendirilen, gerçek ya da hayali eril beklentilere bir tür boyun eğmeden başka bir şey değildir" (Bourdieu, 2014: 87).

Tarihsel süreç içerisinde kadını "ikincil" olarak konumlandıran eril tahakküm, erkek egemen yapının, aynı zamanda kadını denetim altında tutmasını sağlayarak bu yapının kendi meşruluğunu pekiştirmesine de sebep olmaktadır (Karabacak, 2013: 45). Bu denetim toplumun en temel yapıtaşı olarak kabul edilen aileden başlayarak kamusal alanda da devam eder ve pek çok kurum, söz konusu ataerkil yapının sürdürülmesinde pay sahibi olur. "Ataerkillik, erkeklerin sahip oldukları hukuk, siyaset, iktisat, ahlak, bilim, tıp, moda, kültür, eğitim ve kitle iletişim araçları gibi kurumsal ve ideolojik imkânları, kadınlar üzerindeki egemenliklerini yeniden üretmek amacıyla açık ya da örtük olarak kullandıkları bir sistemi ifade etmektedir" (Michel'den akt. Eren, 2012: 43).

Gerçekleşen teknolojik gelişmeler sonucunda kitle iletişim araçları, 20. yüzyıldan itibaren cinsiyetçiliğin ve toplumsal cinsiyet kalıplarının toplumsal

⁵ Heteronormatifiklik, heteroseksüelliği, sosyal norm olarak kabul eden bir görüştür. Bu tanımdan yola çıkarak, bu ikili cinsiyet sistemine ilişkin varılan sonuç; bu sistemin içinde bireyin biyolojik cinsiyetinin, cinsiyet kimliğinin, cinsiyet rolünün ve seksüel yöneliminin her bireyde aynı olduğudur. (<http://www.wikiwand.com/tr/Cinsiyet#/Heteronormatifiklik>)

yaşamda yerinin sağlamlaşmasını sağlayan en önemli aygıtlardan biri haline gelmiştir. Radyo, sinema ve televizyonlarda yer alan pek çok yayında kadın ve erkekler, toplumsal cinsiyet rollerine sıkı sıkıya bağlı olarak betimlenmektedir. Sinema ve televizyon yapımlarında gösterilen tüm yapımlarda bu durum açıkça görülmektedir. Ekranlarda yer alan kadın ve erkeklerin giyim kuşamları, buldukları mekânlar ve davranış biçimleri, toplumda yer etmiş çeşitli kalıpların pekiştirildiği alanlar olarak tasvir edilir. Örneğin televizyon dizilerinde kadınlar evde, komşunun evinde veya mahalle içindeki ortamlarda tasvir edilirken, erkekler ise ofiste, sokakta, meyhanede, dolayısıyla daha çok dış mekânlarda gösterilmektedir (Şenyurt, 2008: 71). Yine dizi ve filmlerde "kadın gibi kadınlar" iyi bir anne, evi çekip çeviren kişi ve karşılıksız sevginin adresi olarak ele alınırken, "adam gibi adamlar" ise evin geçimini sağlayan, korumacı yapıda ve genellikle sert mizaçlı olarak gösterilmektedir.

Dizi ve filmlerle birlikte, hem kamusal alanda hem de kitle iletişim araçlarında sıklıkla karşımıza çıkan ve günümüzde artık çoğunlukla kültür endüstrisine hizmet eden bir araç haline dönüşen reklamlarda da, cinsiyetçiliği ve toplumsal cinsiyet rollerini besleyen pek çok yapım ve tasarımla karşı karşıya kalmaktayız. Hâlihazırda toplumsal yapıda genelgeçer normlar olarak kabul görmüş olan toplumsal cinsiyet normları, reklamcılık sektörünün ortaya çıktığı andan bu yana pek çok reklamda görünür hale getirilmekte ve bu durum, var olan eril tahakkümün sürmesine yardım etmektedir. Tıpkı dizi ve filmlerde olduğu gibi reklamlarda da kadınlar ve erkekler kültür endüstrisinin talep ettiği gibi eğlenirken, gezerken, yiyip içerken; kısacası tüketirken tasvir edilmektedir. Hatta reklamlarda bireyler, cinsel birer arzu nesnesi olarak gösterilmekte ve bu yolla tanıtılan ürünün daha fazla satış yapabilmesi sağlanmak istenebilmektedir. "Reklamlarda kullanılan cinsel söylemlerle, kadın bedeni seyirlik obje olarak sunulmakta, kitle iletişim araçlarının özellikle kadına -ve dolayısıyla toplumsal cinsiyet normlarına- ilişkin kamu politikalarının oluşturulmasında önemli etkilerinden birisi bu noktada da karşımıza çıkmaktadır" (Taşkaya, 2012: 104). Ancak reklamlarda cinsel bir meta gibi kullanılan yalnızca kadınlar değildir, erkekler de artık tüketimi özendirmek için cinsel birer obje olarak kullanılmaktadır (Batı, 2010: 237). Erkeğin ve kadının bedenini cinsel bir metaymış gibi gösteren reklamlarla markalar, cinsel düşünce ve duygularla özdeşleşerek zihinlerde yer alan konumlarını sağlamlaştırdıklarını düşünmektedirler (Ügümü, Adalı Aydın ve Aydın, 2017: 241). Bunların sonucu olarak bireyler, kültür endüstrisinin kurguladığı heteronormatif cinsiyet rollerine uygun biçimde yaşamlarını sürdürmeye özendirilmektedir. Reklamlar ise hem televizyon, sinema veya kamusal alanlarda, hem de bu mecralardan görece daha özgürlükçü olan internet ortamında bütün bu propagandanın yapılmasında araç olarak kullanılmaktadır.

21. yüzyılla birlikte hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelen internet; diğer kitle iletişim araçlarının aksine, bireylere diledikleri içerikleri tüketebilme ve diledikleri kaynaklardan enformasyon edinebilme olanağını sunan bir iletişim aracıdır. Ancak buna rağmen bireyler, internet ve sosyal medya

üzerinde dolaşım halindeyken gerek kendi arzuları, gerekse kendi arzuları dışında bazı içeriklere maruz kalabilmektedir. Bu içeriklerin başını çeken reklamlar sosyal medya üzerinde de görünür olmakta ve bireyleri cinsiyetçi ve gösterişçi tüketime davet etmektedir. Kitle iletişim araçları arasında daha fazla denetim şansına sahip olduğumuz ve katılımcı yapısıyla bu araçlardan daha kullanışlı olan internet ortamında karşılaştığımız reklamların diğer mecralarda görünür olan reklamlarla benzer niteliklere sahip olup olmadığının incelenmesi, reklamların günümüzün popüler ve özgür iletişim ortamı olan internetteki durumu hakkında fikir edinilebilmesi açısından önem taşımaktadır.

SOSYAL MEDYADAKİ REKLAMLARIN KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ VE TOPLUMSAL İNSİYER KAVRAMLARI BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Günümüzün en yaygın kullanılan iletişim aracı haline gelen internet, artık sadece iletişim kurma ihtiyaçlarımızı değil; haber edinme, eğlenme, yatırım ve alışveriş yapma, müzik dinleme, video izleme, haber takip etme gibi pek çok ihtiyacımıza da karşılık verebilen bir ortam haline gelmiştir. Gerek sosyalleşme imkânı bulduğumuz sosyal medya, gerekse çeşitli ihtiyaçlarımız için girdiğimiz web siteleri, pek çok görsel ve işitsel materyallerden meydana gelmektedir. Bu materyaller, doğrudan kendi tercihimize erişmek istediğimiz içeriklerin metin, görüntü, video ve sesleri olabildiği gibi, göz gezdirdiğimiz web sitelerinde tercihimize dışında karşımıza çıkan materyaller de olabilmektedir. Özellikle reklamlar, tercihimize dışında bize gösterilen bu materyallerin önemli bir kısmını oluşturmaktadırlar.

Amacı bir ürünün satılmasını sağlamak olan reklamlar, çeşitli anlatım biçimleri ve tasarım ilkelerine göre kurgulanabilmektedir. Kimi zaman ürünü tanıtan ve ürün hakkında bilgi edinilmesini sağlayan reklamlarla karşılaşabilirsek de, çoğunlukla üründen ziyade ürünle birlikte pek çok başka şeyin de satın alacağımızı (kıskanılma, mutluluk, haz vb.) vaat eden ve bu şekilde yaşamımızı değiştirebileceğimizi öneren (Berger, 2009: 131) reklamlarla karşılaşmaktayız. İnternette karşılaşılan reklamlar, etkisini gösterme hızı bakımından diğer mecralardaki reklamlara göre daha avantajlıdır: internet sitelerindeki reklamlarda yer alan yönlendirme butonları bizi doğrudan o ürünün satın alma sayfasına yönlendirebilme ve bu imkân sonucu reklam, görevini çok daha hızlı yerine getirebilmektedir.

Nasıl ve ne şekilde kullanılacağı büyük ölçüde kullanıcıların inisiyatifinde olan sosyal medya ortamında karşılaşılan reklamların kitle kültürü, toplumsal cinsiyet ve cinsiyetçilik gibi kavramlardan izler taşıyıp taşımadığının incelenmesi; diğer kitle iletişim araçlarına oranla daha kullanışlı ve özgür olan internet ortamındaki varoluşu hakkında fikir sahibi olabilmemiz ve diğer kitle iletişim araçlarında karşılaşılan reklamlarla aynı cinsiyetçi ve tüketim yanlısı dilin kullanılıp kullanılmadığının araştırılması açısından önemli olduğu

düşünülmektedir. Bu nedenle araştırma metninin bu bölümünde sosyal medyadan seçilen reklam paylaşımları, kitle kültürü ve cinsiyetçilik kavramları çerçevesinde ele alınarak betimsel analiz yapılacaktır.

Çözümleme için seçilen görsellerin tamamı Twitter adlı sosyal medya paylaşım sitesinden alınmıştır. Bu sitede yer alan bazı firmaların 2018 yılı içerisinde paylaşmış olduğu reklam paylaşımlarının içinden rastgele seçilen örnek paylaşımlar, araştırmada incelenen görsellerin örneklemlerini oluşturmaktadır. Paylaşım örneklerinin incelemesi yapılırken paylaşımdaki görsel, metin, emoji veya video gibi içeriklerin birbirleriyle ilişkisi göz önünde bulundurulmuş, bu içeriklerin bir araya gelmesiyle oluşturulan mesajların tüketim yanlısı ve cinsiyetçi mesajlar içerip içermediğine dair içerik analizi⁶, önceki bölümlerde bu kavramlara ilişkin yapılan literatür taramasına dayanarak yapılmıştır.

Şekil 1: Bir Firmanın Twitter Hesabından Reklam Örneği

Hatırlatma: Sevgililer Günü'ne çok az kaldı! O'nun kalbine giden en moda seçenekler Mavi'de seni bekliyor ❤️ bit.ly/2BTGS1P



Kaynak: Twitter (2018). [Tweet ekran görüntüsü] <https://twitter.com/mavi/status/962989043385622528> (Erişim Tarihi: 21.03.2018)

Şekil 1'de, bir kot tekstil firmasının resmi Twitter hesabından 14 Şubat Sevgililer Günü'nden önce paylaştığı bir reklam örneği görülmektedir. Paylaşım görselinde, elinde beyaz neondan yapılmış bir kalp tutan bir kadın görülmekte; paylaşımın üst metninde ise "Hatırlatma: Sevgililer Günü'ne çok az kaldı! O'nun kalbine giden en moda seçenekler Mavi'de seni bekliyor <3" ifadeleri yer almaktadır. Metnin sonunda ise, tıklayanları online (çevrimiçi) alışveriş yapmaya yönlendiren bir link bulunmaktadır. Bu paylaşım açıkça erkekleri, Sevgililer

⁶ "İçerik analizi ağırlıklı olarak yazılı ve görsel verilerin analiz edilmesinde kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntemde tümdengelimci bir yol takip edilmektedir. İçerik analizinde araştırmacı öncelikli olarak araştırma konusu ile ilgili kategoriler geliştirmektedir. Araştırmacı daha sonra, incelemiş olduğu veri setinde, bu kategoriler içerisine giren kelime, cümle ya da resimleri saymaktadır" (Özdemir, 2010: 335).

Günü'nde sevgililerine hediye almaya yönlendirmek için yapılmış ve cinsiyetçi yaklaşımın görüldüğü bir reklam örneği olarak göze çarpmaktadır. Firma, "O" olarak ifade edilen kız arkadaş için Sevgililer Günü'nde alınabilecek en iyi hediyein kendilerinden alınabileceğini öne sürmekte ve erkekleri kendilerinden kız arkadaşları için alışveriş yapmaya davet etmektedir. Bu davetin hemen sonuçlanabilmesi için ise, paylaşım metninin sonuna bir link eklemekte; böylelikle reklamın anında sonuçlanmasını istemektedir. Pek çok örnekte görülebileceği gibi bu reklam örneğinde de hediye alması gereken kişi erkek, mutlu edilmesi gereken kişi ise kadın olarak tasvir edilmektedir: bu reklam örneği de, dolayısıyla, toplumsal cinsiyet kalıplarının belirlediği normları üzerinde taşımakta ve tüketicilere de aslında bu rollerin benimsenmesi konusunda reklam yoluyla telkinde bulunmaktadır.

Şekil 2: Bir Firmanın Twitter Hesabından Reklam Örneği

Sezonun vazgeçilmezi astarsız blazer ceketlere gardiobunuzda yer açın!
#BurakÖzçivit #yıldızgibigiyin

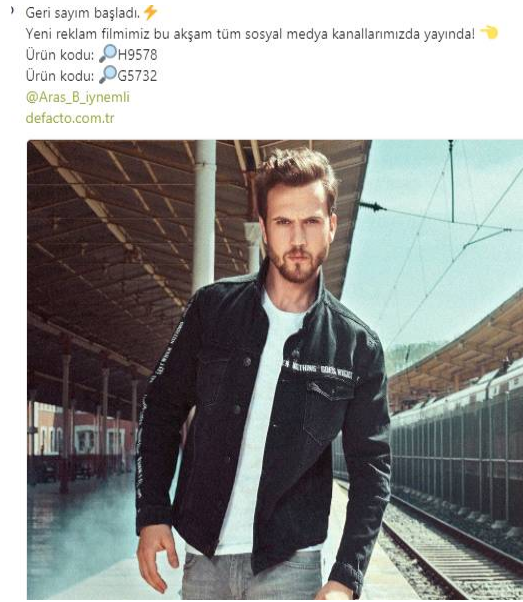


Kaynak: Twitter (2018). [Tweet ekran görüntüsü] <https://twitter.com/AltnyldzClsscs/status/981902696692244480> (Erişim Tarihi: 28.04.2018)

Şekil 2'de görülen sosyal medya paylaşımında bir erkek giyim firması, ürün tanıtımında sinema ve televizyon yıldızı Burak Özçivit'i kullanmıştır. Bu reklam paylaşımında dikkat çeken nokta tam da budur: şirket reklam metninin hemen ardından #BurakÖzçivit ve #yıldızgibigiyin hashtag'leriyle tüketicilere seslenmektedir. Bu sesleniş, ilk olarak Hollywood sinemasında ortaya çıkan yıldız sistemini akıllara getirmektedir. 1920'li yıllarda ortaya çıkan bu sistemde yıldızlaştırılmış oyuncular kullanılarak, belli değer yargıları ve fikirler inşa edilmekte ve seyirciye sunulmaktaydı (Koluçak, 2010: 207). Bu durum zamanla yalnızca sinema sektörünün değil, reklamcılık sektörünün de sıklıkla başvurduğu bir yöntem haline gelmiş ve yıldız oyuncular kullanılarak tüketiciye kültür

endüstrisine uyan yaşamların propagandası sürekli olarak yapılır olmuştur. Şekil 2'deki örnekte de Türkiye'de ünlenmiş erkek bir oyuncu firmanın sattığı takım elbiselerle poz verirken görülmekte ve tüketiciye "Burak Özçivit gibi olmak istiyorsanız, bu firmanın takım elbiselerinden giymelisiniz" mesajı net biçimde verilmektedir. Kitle kültürü kanunlarına sıkı sıkıya bağlı olan bu söylem ve reklam görüntüsü, aynı zamanda cinsiyetçi özellikler de taşımaktadır. Medya'da sıklıkla "erkeksi" imajıyla bilinen manken, söz konusu reklamda yıldız konumuna çıkartılmış ve tüketicilere örnek bir erkek olarak sunulmuştur. Sunulan örnekteki gibi "maskülen ve erkeksi" bir görünüme sahip olmanın yolunun da, söz konusu firmadan giyinmekten geçtiği söz konusu reklamda vurgulanmıştır.

Şekil 3: Bir Firmanın Twitter Hesabından Reklam Örneği



Kaynak: Twitter (2018). [Tweet ekran görüntüsü] <https://twitter.com/defacto/status/986987608575238144> (Erişim Tarihi: 04.05.2018)

Şekil 2'te görülen cinsiyetçi yaklaşım, Şekil 3'te de görülmektedir. Firmanın yeni reklam filmi ile ilgili attığı tweet'e koyduğu görselde tren istasyonunda bulunan ve izleyiciyle doğrudan göz teması kuracak şekilde bakarken gösterilen bir erkek görülmektedir. Erkek modelin bulunduğu mekân olan tren istasyonu sert hatları ve koyu/metalik tonlardan oluşan atmosferiyle, kalabalık ve zorlu kent yaşamına göndermede bulunmaktadır. "Geri sayım başladı" ifadesinin yanında yer alan şimşek emoji'si ile "güç ve enerji" vurgusu yapılmış, metnin sonunda ise Show TV'de yayınlanan Çukur adlı dizinin oyuncusu olan Aras İynemli'nin -reklam görselinde yer alan modelin- Twitter adresinin linki paylaşılmıştır. Beyaz tişört üzerine siyah deri ceket ve altına da kot (jean) giymiş olan figür hiç de yumuşak olmayan bir bakışla bize bakmakta ve "isyankâr" bir

imaj çizmektedir. Hollywood'da doğan İşçi Sınıfı İsyan Miti⁷ giyim tarzını yansıtan bu giyim ve bakışla erkeklerin toplumsal cinsiyet rolleri, yani heteronormatif erkeklik anlayışı pekiştirilmektedir. Ünlü bir dizi oyuncusunun reklam figürü olarak kullanılması ise, yıldız sistemi anlayışına bu reklamda da uyulduğunu göstermektedir. Cinsiyetçi ve heteronormatif kurguya sahip bir paylaşımda bulunan firmanın, aynı ay içinde yaptığı başka paylaşımda bu kez kadınlar üzerinden aynı ifade biçimini kullanmaya devam ettiği görülmektedir.

Şekil 4: Bir Firmanın Twitter Hesabından Reklam Örneği



Kaynak: Twitter (2018). [Tweet ekran görüntüsü] <https://twitter.com/defacto/status/985798500188327936> (Erişim Tarihi: 28.04.2018)

Şekil 4'de görülen örnek, Şekil 3'te görülen örneğin aksine daha dışil imgeler içermektedir. Tüketicilere, elbiselerini satın almaları takdirde "Floral desenlerle rahat ve özgür hissetmeyi" vaat eden firmanın twitter hesabı, söylemin sonuna iki adet çiçek emoji ekleyerek mesajını daha da "dışilleştirmiştir". Paylaşılan reklamın görüntüsünde ise çiçekli bir elbise giymiş olan model, aydınlık ve açık bir havada, yemyeşil bir kıyın ortasında neşeli ve hareketli olarak gösterilmiştir. Şekil 3'te görülen sert imaj ve kent dinamizmi, Şekil 4'te yerini daha yumuşak bir görünüme ve kıy dinginliğine bırakmıştır. Aynı ay içinde üç gün

⁷ "1950'lerde Hollywood yapımı bir grup film ergen kimliğine daha sonra milyonlarca gencin taklit etmeye çalışacağı yeni bir anlayış getirir: İşçi sınıfı isyan miti. Bu filmlerde aktörler blucin, siyah deri ceket ve tişörtten oluşan bir kostüm giyerler. İşçi sınıfının gençliğinin hüsrânını çok etkili biçimde ifade eden bu filmler izleyicinin kendini filmdeki karakterlerle özdeşleştirmesine ve karşıtlıklarının ifadesi olarak onların giyim tarzlarını benimsemesine yol açar" (Crane, 2003: 237).

arayla yapılan bu iki paylaşımda cinsiyetçi yaklaşımla üretilen eril ve dişil roller tüketiciye sunulmuş, ürünle birlikte çeşitli duygular vaat edilmiş, sonuç olarak heteronormatif yapıyla uyum içinde iki reklam sunumu gerçekleştirilmiştir. Çiçekli, renkli ve rahat giyim ürünleri güler yüzlü ve pozitif bakışlara sahip bir model üzerinden kadınlara; isyankâr ve sade giyim ürünleri ise sert bakışlı ve ciddi mizaçlı erkek bir model üzerinden erkeklere uygun olarak sunulmuştur.

Şekil 5: Bir Firmanın Twitter Hesabından Reklam Örneği

#Kıvançmavisi'nin denimde yepyeni ilkbahar tonları 🍷 @kivanctatlitug



Kaynak: Twitter (2018). [Tweet ekran görüntüsü] <https://twitter.com/mavi/status/972433972532862976> (Erişim Tarihi: 21.03.2018)

Şekil 5'deki örnekte yine, yıldız oyuncu yerleştirme yöntemine başvurulduğu görülmektedir. Bir giyim firmasının bu paylaşımında dikkati çeken şeylerden ilki #Kıvançmavisi hashtag'i ve oyuncunun Twitter hesabına doğrudan bağlantı sağlayan @kivanctatlitug ibaresidir. Ünlü kot giyim şirketinin reklamlarında boy göstermesi için tercih ettiği Kıvanç Tatlıtuğ ile ilişkili bir hashtag⁸ oluşturarak kampanyasını bu hashtag üzerinden yürütmesi, daha önce söz edilen yıldız sistemi mantığı ile ilişkisi olan yaygın reklamcılık stratejilerinden biridir. Paylaşımında yer alan görüntüde ise manken kendinden emin duruşuyla ve sert bakışlarıyla, toplumsal cinsiyet normlarına uygun biçimde, diğer bütün

⁸ Hashtag, özellikle Twitter başta olmak üzere neredeyse bütün sosyal medya mecralarında kullanılan ve konu etiketi anlamına gelen İngilizce bir sözcüktür. Hashtag (klavyede # işareti), belirli bir konuyu ifade eden bir kelime veya sözcük grubuyla birlikte kullanılır ve söz konusu hashtag, yapılan paylaşımı daha önce aynı konu etiketiyle paylaşılmış olan paylaşımların arasında gösterir. Böylelikle hashtag kullanıldığında, yapılan paylaşım kendisiyle benzer diğer paylaşımların arasına eklenir ve bu hashtag sayesinde sosyal medya'da bulunabilir hale gelir.

erkeklerin olmak isteyeceği bir erkek görünümünü yansıtmaktadır. Böylelikle paylaşımda yer alan tüm mesajlar, "Tatlıtuğ gibi olmak isteyen" erkek tüketicileri #Kıvançmavisi'nde buluşmaya davet etmektedir. Dolayısıyla Şekil 5'de görülen reklam paylaşımının hem kültür endüstrisine özgü, hem de eril kalıplarla inşa edildiği söylenebilir.

Şekil 6: Bir Firmanın Twitter Hesabından Reklam Örneği

İyi ki benim annemsin beştaş. Blue Diamond'da. Çünkü Blue Diamond her annenin hakkı.

bluediamond.com.tr



Kaynak: Twitter (2018). [Tweet ekran görüntüsü] <https://twitter.com/bluediamondtr/status/991685642689105920> (Erişim Tarihi: 06.05.2018)

Şekil 6'daki örnekte bir pırlanta şirketi, Anneler Günü için hazırladığı reklam videosunu, reklam metni ve alışveriş yapılabilen internet sitesinin linkini tweet'leyerek paylaşmıştır. Bu videoda ünlü bir oyuncu, "Bizi biz yapan canımız, annemize "İyi ki benim annemsin" beştaş'ı Bluediamond'da. Çünkü Bluediamond, her annenin hakkı." sözlerini söylemekte ve firmanın "İyi ki benim annemsin" adıyla piyasaya sürdüğü beştaş pırlantayı tanıtmaktadır. Bu örnekteki ürünün adı, tweet metni ve videoda yer alan sözler kadının ve anneliğin metalaştırıldığı cinsiyetçi söylemlerden oluşmaktadır. Söz konusu yüzüğün bir Anneler Günü hediyesi olarak, aynı zamanda da "her annenin hakkı" olarak lanse edilmesi, bir evladın annesine bu ürünü satın almasının bir zorunluluk olduğu anlamının oluşmasına sebep olmaktadır. Reklamdaki ifadelerle göre her evlat annesine Anneler Günü'nde "İyi ki benim annemsin" yüzüğü almak zorundadır ve anneyi mutlu etmenin en iyi yolu da, her annenin hakkı olan bu yüzüğü satın almaktan geçmektedir. Paylaşım ve video bu yönleriyle kültür endüstrisinin tüketime dayalı alışkanlıklarının sürdürülmesine ve kadınların birer anne olarak görevlerini yerine iyi biçimde getirmeleri halinde ödüllendirileceğine ilişkin ifadelerle toplumsal cinsiyet rollerinin normalleştirilmesine katkıda bulunmaktadır.

Şekil 7: Bir Firmanın Twitter Hesabından Reklam Örneği

Kaynak: Twitter (2018). [Tweet ekran görüntüsü] <https://twitter.com/altinbasjewelry/status/961301110400212992> (Erişim tarihi: 07.05.2018)

Şekil 6'daki örnekte pırlantanın anneler için olmazsa olmaz bir hediye olarak önerilmesi durumu, Şekil 7'de bu kez pırlantanın sevgililer için olmazsa olmaz olarak önerilmesi olarak görülmektedir. Şekil 7'de Altınbaş adlı pırlanta şirketinin paylaşımında "O'na aşkınızı anlatmanın tek yolu Altınbaş'tan geçiyor!" cümlesi, bir adet pembe kalp ve alışveriş sitesine yönlendiren bir link bulunmaktadır. Görselde ise elinde tatlı atıştırma tutan bir kadının eli ve parmağındaki yüzük gösterilmektedir. Son iki örnekte de görülebileceği gibi pırlantalar, anneler ve -heteroseksüel ilişkilerde- kadın sevgililer için en iyi hediye olarak sunulmaktadır. Evlatların annelerine, erkeklerin ise sevgililerine bu pırlantaları satın alması, onları en iyi biçimde mutlu etmelerine eş değer olarak gösterilmekte ve mutluluk bir miktar parayla satın alınabilecek bir metaya indirgenmektedir. Dahası kadınların kendilerine satın alınan metalarla mutlu olabileceği yanılgısı, Anneler Günü ve Sevgililer Günü gibi "özel" günlerde her yıl yeniden ve yeniden cinsiyetçi biçimde, kültür endüstrisinin çıkarlarına hizmet eden çeşitli yapılar tarafından kurgulanmaya ve pazarlanmaya devam edilmektedir. Buna göre erkekler annelerini ve sevgililerini mutlu etmek için para kazanmalı ve onlara pahalı mücevherler hediye etmeli; kadınlar ise iyi bir eş ve anne olmalı ve bu pahalı hediyeleri hak ederek mutluluklarına mutluluk eklemelidirler: kültür endüstrisi'nin on yıllardır inşa ettiği cinsiyetçi ve tüketime dayalı anlayışın tüm bu reklamlarda görünür olmaya devam eden gerçekliği kısaca bu şekilde özetlenebilir.

SONUÇ

20. yüzyıldan itibaren toplumsal yaşamımızda sürekli karşılaştığımız kültür endüstrisinin reklamlar üzerinden bizlere yaptığı tüketim çağrısı, sinema, radyo ve televizyonda olduğu gibi, 21. yüzyılın iletişim ortamı olarak kabul edebileceğimiz internet üzerinde de sıklıkla karşımıza çıkmaya devam etmektedir. Her ne kadar bu iletişim ortamında hangi web sitesinde vakit geçirilebileceği veya hangi sosyal ağlara dahil olunacağı seçilebiliyor olsa da, bireyler söz konusu mecralarda -görülme istenilmese bile- reklamlarla karşı karşıya gelebilmektedir. Özellikle incelenen örneklerde görüleceği gibi; bazı firmaların sosyal medya hesaplarında yer verdiği reklamlar kültür endüstrisinin çıkarlarına hizmet edebilmekte ve bu reklamlar da tıpkı diğer mecralardaki reklamlar gibi ürün ve yeni düşünceler satmak yerine "büyüleyici ve karmaşık bir mutluluk örneği" satabilmektedirler (Toscani, 1996: 23). Hem de bu reklamlar, söz konusu "satışın" gerçekleşmesini reklamın görülmesinden bir süre sonra değil, reklamlara eklenmiş olan satın alma veya alışveriş sitesine yönlendirme buton ve linkleriyle anında gerçekleştirebilmektedir. Bu durum, internet ortamında gördüğümüz reklamları diğer mecralarda karşılaşılan reklamlardan ayıran en önemli özelliklerden birisidir. Kültür endüstrisi, internet ortamında propaganda ve metaların satışını artık aynı anda gerçekleştirebilmektedir.

Çalışmada sosyal medyadan seçilerek incelenen reklam örneklerinin kültür endüstrisi ve cinsiyetçilik kavramları çerçevesinde kurgulandığı görülmektedir. Böyle reklamlarla, aslında farklı olmayan ya da çok küçük niceliksel farklılıklarla ayrılan metalar arasında olağan üstü farklılıklar varmış izlenimi yaratılarak salt bir müşteri olarak görülen tüketici kandırılmaktadır (Rutli, 2011: 187). İncelenen örneklerde bu farklılıklar romantizm, erkeksilik, feminenlik, annelik, yıldız gibi olmak veya bireysellik gibi kavramlar üzerinden yaratılmıştır. Ayrıca ürünlere sahip olmakla sadece ürüne değil, vaat edilen bu duygulara ve kişilik özelliklerine de sahip olunabileceği söylenilmektedir. Ancak bu, tıpkı diğer pek çok reklamda da görülebilen yaygın bir yalandır: Modern toplumlarda birer gönderge sistemi haline gelen reklamlar bugün, kültürel pratiklerde çok daha bütünleştirici bir rol oynamaya başlamış ve giderek artan ölçüde, satılacak ürünle ilgisi olan ya da olmayan imajlar aracılığıyla arzuların ve zevklerin manipüle edilmesine yönelmiştir (Batı, 2015: 24). Sosyal medyada karşılaştığımız reklamların birçoğu, tıpkı diğer mecralarda karşımıza çıkan reklamlar gibi gelecekteki alıcılar olarak bize daha önce hiç tatmadığımız zevkleri "vaat etmeye" devam etmektedir (Berger, 2009: 132). Bu gibi cinsiyetçi söylemlerle inşa edilmiş reklamların tüketici tarafından doğru okunması ve gerekiyorsa yapılan tüketim tercihlerinin buna göre şekillendirilmesinin, kitle iletişim araçlarında ve reklamlarda, dolayısıyla günlük yaşamda cinsiyetçi söylemlerin giderek azalmasına katkısı olabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Adorno, T.W. (2003). Kültür endüstrisini yeniden düşünürken (B. O. Doğan, Çev.). *Cogito*, (36), 76-84.

Alpyürür, F. *Adorno'da "Kültür endüstrisi" kavramı*. Yayınlanmamış ham veri.

https://www.academia.edu/35449785/Theodor_W._Adornoda_K%C3%BClt%C3%BCr_End%C3%BCstrisi_Kavram%C4%B1/ (Erişim tarihi: 27.12.2017).

Arslan, E., Ünal, E. & Türkoğlu, S. (2009). Cinsiyetçilik ve medya: 'Güzin Abla' köşesinde yeniden üretilen ataerkil cins kimlikleri. *Cogito: Feminizm*, (58), 385-402. İstanbul: YKY.

Aytaç, Ö. (2006). Tüketimcilik ve metalaşma kısıcında boş zaman [Elektronik versiyon]. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (11), 27-53.

Batı, U. (2010). *Reklamın dili*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Batı, U. (2015, Ocak-Şubat). Reklamcılığın ideolojisi: 'Tüketiyorum öyleyse varım'. *Grafik Tasarım*, (63), 22-24.

Berger, J. (2009). *Görme biçimleri* (15. Basım). (Y. Salman, Çev.). İstanbul: Metis Yayınevi.

Bourdieu, P. (2014). *Erişim tahakkümü* (B. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Crane, D. (2003). *Moda ve gündemleri* (Ö. Çelik, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Doğan, M. Z. (2015). Sosyal medyada kültür endüstrisi üretme bağlamında üre-tüketimcilik: Olric hayran sayfası örneği. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 8. <http://www.uhedergisi.com/dergi//sosyal-medyada-kultur-endustrisi-uretme-baglaminda-ure-tuketimcilik-olric-hayran-sayfasi-ornegi201701.pdf> (Erişim Tarihi: 27.12.2017).

Eren, Ş. (2012). *Popüler kültür ve toplumsal cinsiyet bağlamında evlilik programları: "Esra Erol'la Evlen Benimle" örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Fırıncıoğulları, S. (2016, Ekim). Theodor Adorno: Kültür endüstrisi. *Ayraç*, 8 (84), 32-37.

Heller, S. & Chwast, S. (1991), *Grafik tarzlar 1* [Elektronik versiyon] (H. Cangökçe, C. Çetin, Çev.). *Grafik Sanatlar Üzerine Yazılar*, 47.

Jay, M. (2001). *Adorno* (Ü. Oskay, Çev.), İstanbul: Der Yayınevi.

Kara, T. (2014). Kültür endüstrisi kavramı çerçevesinde medya ürünleri: eleştirel yaklaşım. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4(1), 51-60. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/tojdac/article/view/5000047161/> (Erişim Tarihi: 30.05.2018).

Karabacak, Z. İ. (2013). *Popüler kültür ve toplumsal cinsiyet açısından Lavazza takvim fotoğraflarının çözümlenmesi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.

Karagöz, İ. (2006). *Görsel sanatlar dersi alan öğrencilerin görsel kültür okumalarıyla toplumsal cinsiyet algılarının belirlenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Kaşdarma, E. (2018). Toplumsal cinsiyet eşitsizliği: Sosyo-psikolojik unsurlar ve sistemi meşrulaştırma kuramı ekseninde bir analiz. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 2438-2460. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/608322>, (Erişim Tarihi: 18.03.2019).

Koluçak, İ. (2010). *Kültür endüstrisi ve ideoloji: Hollywood sineması ve Stephen Spielberg örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.

Kurt, A. Y. (2009). *Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisi eleştirisi üzerine bir inceleme*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Küçükcan, U. (2002). Frankfurt Okulu ve kitle kültürü çalışmaları. *Kurgu Dergisi*, (19), 257-269. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/150439> (Erişim Tarihi: 16.11.2018).

Metin, A. (2011). Kimliğin toplumsal inşası ve geleneksel kadın kimliğinin aktarımı. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 2(1), 74-92. http://sbedergi.karatekin.edu.tr/Makaleler/1420404194_5.kitapcik.pdf/ (Erişim Tarihi: 06.05.2018).

Marcuse, H. (1975). *Tek boyutlu insan* (2. Basım). (A. Timuçin, T. Tunçdoğan, Çev.). May Yayınları: İstanbul.

Mora, N. (2005). Kitle iletişim araçlarında yeniden üretilen cinsiyetçilik ve toplumda yansımaları. *İnsan Bilimleri Dergisi*, 2(1). <https://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/view/29/40>, (Erişim Tarihi: 18.03.2019).

Osmanoğlu, Ö. (2006). Hegel'den Marcuse'ye yabancılaşma olgusu. *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 2(3), 65-92. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/509808> (Erişim Tarihi: 16.11.2018).

Osmanoğlu, Ö. (2008). Yabancılaşma üzerine. *Sosyoloji Notları* (6), 13-19. http://www.academia.edu/24591793/Sosyoloji_Notlar%C4%B1_Dergisi_6 . Sayı%C4%B1/ (Erişim Tarihi: 06.05.2018).

Özdemir, İ. (1996). [Frankfurt Okulu "kültür endüstrisi" eleştirisi]. Yayınlanmamış ham veri.

Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/113287> (Erişim Tarihi: 18.03.2019).

Özdemir, Ü. A. (2012). Taylorizmden kapitalist endüstriyel üretim sürecine küreselleşme bağlamında reklam. *Marmara İletişim Dergisi*, 19, 8-39.

Rutli, E. E. (2011). *Max Horkheimer ve Theodor Adorno'da eleştirel teori ve "kültür endüstrisi" kavramı*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Sakallı Uğurlu, N. (2002). Çelişik duygulu cinsiyetçilik ölçeği: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 17(49). <http://www.turkpsikolojiyazilari.com/PDF/TPD/49/47-61.pdf>, (Erişim Tarihi: 18.03.2019).

Sarıkaya, R. (2017). Bir reklam mecrası olarak birey: Şeyleşme. *Yeni Düşünceler*, 8, 57-73. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/394054/> (Erişim Tarihi: 06.05.2018).

Sezer, M. Ö. (2010). *Masallar ve toplumsal cinsiyet* (2. Basım). İstanbul: Evrensel Basım Yayın.

Şenyurt, C. (2008). *Türk televizyon dizilerinde kadın imajı* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Taşkaya, M. (2012). Beden politikaları ve reklamda kadın. 2. *Uluslararası Suç ve Ceza Film Festivali*. <http://www.icapff.com/2-Uluslararası-Suç-ve-Ceza-Film-Festivali-Akademik-Program-Tebliğleri.pdf/> (Erişim Tarihi: 06.05.2018).

Toscana, O. (1996). *Reklam bize sırttan bir leştir* (Çev. Nihal Önel). İstanbul: Doğan Kitap.

Tufan, T. (2017). *Frankfurt Okulu neydi?* <https://www.gazeteduvar.com.tr/dunya-forum/2017/06/04/dunya-forum-frankfurt-okulu-neydi/> (Erişim Tarihi: 16.11.2018).

Ügümü, P., Adalı Aydın, G. & Aydın, Ş. (2017). Reklamlarda lgbti+ bireylerin toplumsal cinsiyet ve tüketim kültürü çerçevesinde sunumu. *Global Media Journal TR Edition*, 7(14), 239-265.

Ünaldı Yüksek, H. (2011). *Türk romanı ve yabancılaşma: Bir edebiyat sosyolojisi denemesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Veblen, T. B. (2015). *Aylak sınıfın teorisi* (E. Kırmızıaltın, H. Bilir, Çev.). Ankara: Heretik Yayıncılık.

Yüksel, N. A. (2006). Otomobil reklamlarında yerleşik toplumsal cinsiyet kalıpları: Türkiye'de yayınlanan televizyon reklamları üzerine bir çalışma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 4 (2), 115-124. <http://josc.selcuk.edu.tr/article/view/1075000253/1075000247/> (Erişim Tarihi: 06.05.2018).

Williamson, J. (2001). *Reklamların dili* (A. Fethi, Çev.). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Wikiwand. Cinsiyet. <http://www.wikiwand.com/tr/Cinsiyet/> (Erişim Tarihi: 20.03.2018).

Wikiwand. Heteronormatiflik. <http://www.wikiwand.com/tr/Cinsiyet#/Heteronormatiflik/> (Erişim Tarihi: 20.03.2018).

Yayın Geliş Tarihi: 12.03.2019

Yayına Kabul Tarihi: 03.05.2019

Online Yayın Tarihi: 19.12.2019

http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.538843

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1197-1223

ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

KİMLİK, MİLLİYETÇİLİK VE YURTTAŞLIK EKSENİNDE SINIRLAR: MURATLI ÖRNEĞİ

*Kerem ÖZBEY**

Öz

Bu çalışma, sınırların kimlik, milliyetçilik ve yurttaşlıkla olan ilişkisini anlamayı amaçlamaktadır. Sınırların kimlik ifade etmede nasıl bir rol ve işleve sahip olduğu, milliyetçi ve devletçi kimliklerin sınırlar üzerinden nasıl kurgulandığı, ulus-devletin yurttaşlık tasarımıyla sınırlara nasıl bir anlam yüklendiği ve sınır güvenliğinin sağlanmasında sınırda yaşayanların nerede yer aldıkları, bu çalışmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye-Gürcistan sınırında bulunan Muratlı köyündeki 6 kişi ile nitel araştırma yöntemi kapsamında derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Araştırmada, sınırların kimlik ifade etme araçlarından biri olduğu, sınırda yaşayanların aidiyet duygusunun oluşmasına katkı sunduğu, onların sahip olduğu toplumsal değerleri çerçevelediği ve toplumlararası ilişkileri düzenlediği görülmüştür. Kimlik inşasının tanımlayıcı ve tamamlayıcı unsurlarından olan sınırlar, sınırda yaşayanların milliyetçi ve devletçi kimliklerinin kurgulanmasını sağlamanın yanı sıra bu kimliklerin başlangıç ve bitiş noktalarını da belirlemesi nedeniyle orada yaşayanlar tarafından sınırlara kutsallık özelliğinin atfedildiği anlaşılmıştır. Dahası, sınırların, ulus-devletin yurttaşlık tasarımının sacayaklarından birini oluşturduğu ve sınır bölgesinde yaşayanların kanunlara saygılı ve bağlı, sınırları koruyan ve devletin sınırlarına sadakat gösteren bir yurttaşlık kimliğini oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sınır güvenliği konusunda, devletin yanı sıra sınır bölgesinde yaşayan halkın da sınırın korunmasından kendilerini sorumlu tuttukları ve sınırı korumak amacıyla kendilerini devletin sınır muhafızları olarak gördükleri sonucu ortaya çıkmıştır. Söz konusu sonuçlar, sınırların, kimliklerle, daha özelden ise milliyetçilik, devletçilik ve yurttaşlık kimlikleriyle iç içe geçen özellikler taşıdığını göstermektedir.

Anahtar Kavramlar: *Sınır, Kimlik, Milliyetçilik, Yurttaşlık, Muratlı.*

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Özbey, K. (2019). Kimlik, milliyetçilik ve yurttaşlık ekseninde sınırlar: Muratlı örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1197-1223.

* Dr. Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, ORCID: 0000-0001-8824-359X, ozbey-kerem@hotmail.com

BORDERS IN THE AXIS OF IDENTITY, NATIONALISM AND CITIZENSHIP: THE CASE OF MURATLI

Abstract

The aim of this paper is to understand the relationship between borders and identity, nationalism, and citizenship. The role and function of the borders in the expression of the identity; how the nationalist and etatist identities have been planned on the borders; what kind of a meaning is attributed to the borders by the nation-state through the citizenship design; and where the position of the people living on the borders is while the security of the borders is provided, are the fundamental questions of the research. In this study, in-depth interviews have been had with 6 people, who live in Muratlı Village located on the border of Turkey and Georgia, within the context of the qualitative research method. In the survey, it is seen that the border; is one of the ways of identity expression; contributes to the construction of the sense of belonging among the people living on the borders; embraces their social values; and puts the inter-societal relations in order. It has been understood that one of the identificatory and supplementary factors, the borders, are enshrined by the locals living on the borders not only because their nationalist and etatist identities have been planned by the borders but also because their starting and end points are determined by the same borders. Moreover, it is concluded that the borders are one of the important building blocks of the plan of citizenship by a nation-state, also the people living on the borders are law-abiding. Furthermore, they show loyalty in guarding the borders which shows that they gained a citizenship identity. It is revealed that not only the state but also the locals feel responsible for the protection of the borders. Therefore, these locals accept themselves as the border guards of the state. All these results of the survey show that the borders have features enabling a close relationship between the borders and identities; further, this relationship covers nationalism, etatism, and citizenship.

Keywords: *Border, Identity, Nationalism, Citizenship, Muratlı.*

GİRİŞ

Modern toplumun inşası süreci, geniş hacimli, çok boyutlu ve dinamik özellikler taşıdığı için, bu süreci anlama konusunda sınırlar önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü modern dönemde toplumun inşası, esasında sınırların inşasıyla eşgüdümlü bir şekilde cereyan etmekte ve modern toplumların örgütlenmesinde sınırlar, toplumsal, ekonomik, kültürel ve siyasal işlevleriyle bu süreçte doğrudan yer almaktadır. Özellikle modernliğin siyasal örgütlenmesini oluşturan milliyetçilik olgusunu dikkate aldığımızda, sınırların sahip olduğu önemin daha fazla arttığını anlamak zor olmayacaktır.

Milliyetçiliğin inşası, esasında toplumların sınırlara dayalı olarak bir kimlik oluşturma süreci olduğu için, sınırların kimliklerle yakından bir ilişkisi bulunmaktadır. Sınırlara dayalı kimlik inşası ve kurgusu, modernliğin mekânı sabit, katı ve değişmez olarak tanımlamasına koşut bir biçimde ortaya çıkmış ve devletin sınırları ile toplumun sınırlarının birbiriyle aynı olması gerekliliği anlayışı bu dönemde ön plana çıkmıştır. Bu açıdan milliyetçiliğin tanımlanmasında ve kendine

özgü meşruiyet çerçevesinin oluşturulmasında sınırlar birer anahtar işlevi görmektedir.

Kimliğin toplumsal işaretleyicilerinden biri olan sınırlar, modernliğin siyasal örgütlenmesini oluşturan milliyetçiliğin siyasal bir hareket olarak örgütlenmesinde başat bir rol ve işleve sahiptir. Çünkü milliyetçilik, hem ulus-devletin oluşumunda, hem de ulus-devletin sınırlarına dayalı ulusal kimliğin kurgulanmasında bir siyasal kimlik ifade etme biçimi olarak ortaya çıkmıştır. Milliyetçiliğin sınırlar üzerinden kimlik inşası, sınırlar vasıtasıyla biz ile onlar, içerisi ile dışı, burası ile orası, bu taraf ile karşı taraf ve yerli ile yabancı şeklinde karşıtlıklar oluşturularak gerçekleştirilmektedir. Bu karşıtlıkların kurgulanması, milliyetçiliğin, siyasal sınırlarla toplumsal sınırların, bir diğer ifadeyle, devletin sınırları ile toplumun sınırlarının kesişmesini, birbiriyle örtüşmesini ve her iki sınırların da başlangıç ve bitiş noktalarının sabitlenmesini amaçladığına işaret etmektedir. Bu amaç doğrultusunda, sınırlar, sınır bölgelerinde yaşayanların milliyetçi ve devletçi kimliklerinin bir yansıması olarak tezahür etmektedir. Sınırlar, söz konusu kimliklerin toplumsal taşıyıcıları olarak ön plana çıkmaktadır.

Milliyetçiliğin oluşumunda olduğu gibi, milliyetçilikle doğrudan irtibatlı olan yurttaşlık kimliğinin oluşumunda da sınırlar belirleyici rol ve işlevlere sahiptir. Zira yurttaşlık, çok çeşitli görev ve sorumluluklar ile hak ve ödevleri içerdiği kadar üyesi olduğu devlete çok farklı kimlikler üzerinden bir aidiyet duygusunu da içermektedir. Milliyetçiliğin ulus-devlet örgütlenmesinde sınırlara dayalı kimlik inşası, benzer şekilde, yurttaşlık kimliğinin inşasında da görülmektedir. Bir diğer ifadeyle, sınırlar, milliyetçilik kimliğinin inşasını mümkün kıldığı gibi, ulus-devletlerin yurttaşlık tasarımının da köşe taşlarından birini oluşturmaktadır. Ulus-devletin yurttaşlık anlayışının ve ideal yurttaş profilinin oluşturulması sınırlar üzerinden gerçekleşmekte ve sınırlar, hem milliyetçiliğin hem de yurttaşlığın sacayaklarından birini oluşturması nedeniyle kutsallık hüviyetini taşımaktadır. Milliyetçilik, yurttaşlık ve sınır denkleminde ortaya çıkan en temel meselelerden biri de, kuşkusuz güvenlidir. Sınır bölgeleri güvenli bölgeler olduğu için, bu bölgelerde güvenliğin sağlanması salt devletin resmi organları ve güvenlik teknolojileri ile değil, ama aynı zamanda sınır bölgesinde yaşayanların da sınırın güvenliğini sağlamayı kendileri açısından bir yurttaşlık görevi saymaları, devletin kanunlarına bağlı ve saygılı ve onun sınırlarına da sadakat göstermeleriyle sağlanmaktadır. Bu açıdan sınırda yaşayanlar, devletin sınır muhafızları olarak kendilerini konumlamaktadırlar.

Bu çalışma, sınırları, kimlik, milliyetçilik ve yurttaşlık ilişkileri ekseninde anlamak amacıyla, Türkiye-Gürcistan sınır bölgesinde yer alan Muratlı köyünde yapılmış alan araştırmasını içermektedir. Sınırların kimlik inşası sürecinde nasıl bir role ve işleve sahip olduğu, milliyetçi ve devletçi kimliklerin kurgulanmasında sınırların nerede yer aldıkları, ulus-devletin yurttaşlık tasarımında sınırların ne tür bir anlamı içerdiği ve sınır bölgesinde yaşayanların sınırın güvenliğini sağlama

konusunda nasıl bir misyona sahip olukları, bu çalışmanın temel sorunsalı olarak ön plana çıkmaktadır.

KİMLİK: KAVRAMIN TANIMI VE FARKLI ANLAMLARI

Sosyo-psişik bir olgu olan kimlik, birey öznenen söz ederken, benlik ve kişilik kavramları yanında onu tanımlamak ve ifade etmek için kullanılan bir kavramdır. Kimlik terimi, aynılığı ve sürekliliği içeren Latince “idem” kökünden türetilmiştir. Türkçe’de ise kimlik, “kim” soru kökünden türetilmiş olup aynı şekilde zorunlu bir mensubiyeti (aidiyet), aynı olmayı, tek olmayı, hangi kişi olmayı ifade eder (Aydoğdu, 2004: 117). Bu bağlamda kimlik, bir özellik, bir nitelik belirtisidir. Birer özellik, birer nitelik gösteren kimlikler her şeyden önce farklılıkları da ortaya koyar. Kimliğe yüklenebilecek işlem ise bir sınıflama işlemidir ve bu işlem farklılıkları belirtir. Kimlik en geniş anlamıyla, bireyin tüm özelliklerini kapsar; hem kişinin kendisini nasıl gördüğü, hem de toplum tarafından nasıl görüldüğü, kimlik kavramıyla ilgili konulardır (Aşkın, 2007: 213).

Kimlik, anlamlar dünyasını ifade eder. Kişi, grup, topluluk veya bir ulusun kendisini tanımlarken kullandığı ifadeler, farklı alanlarda bunların içinde bulunduğu ilişkiler ağı ve bu ilişkiler ağı içerisindeki pozisyonları veya kendilerini nasıl konumlandıkları, onların kimlikleriyle yakından ilişkilidir (Anık 2012: 22). Bu bağlamda, kimlik, kim olduğuna karar vermektir. Kimlik, kişinin var oluşunun ifadesidir. Kendini nasıl gördüğünün tanımlamasıdır. Bireyin kendi farklılığını ortaya koymasınıdır. Kimlik, bütün şartlarda sahip olunan niteliklerin toplamıdır. Bir kişiyi ya da toplumu kendisi yapan veya diğerlerinden ayıran niteliklerin tamamıdır. Yani kimlik beni ben yapan değerlerin toplamıdır. Kimlik aynı zamanda kişinin resmidir. Toplum içindeki adresidir. Kimlik kavramı bir değerler manzumesidir. Bir kimseye kimliksiz demek, değerlerden yoksun, adeta içi boş bir nesne anlamına gelir. Kimlik, taşıyana özgünlük ve öznellik kazandırır. İnsanı ben merkezilikten kurtaran şey kimliktir. Kim ve ne olduğumuzun sarahate kavuşabilmesi için önce kendimizi fark etmemiz, farkımızı ortaya koymamız, farkındalık bilinci kazanmamız gerekiyor. Hem kendimize ait olanı, hem de ait olduğumuz bütünü bilmektir (Kayan, 2016: 11).

Çok temel bir başlangıç noktası olarak kimlik, “kimin kim” olduğunu (ve neyin ne olduğunu) bilmeye yönelik bir insan kapasitesidir. Bu, kim olduğumuzu bilmeyi, başkalarının kim olduğunu bilmeyi, kim olduğumuzu bilenleri, kim olduğumuzu düşündüklerini bilmeyi vb. içerir: bireyler ve kolektif üyeler olarak, insan dünyasının ve içindeki yerlerin çok boyutlu bir sınıflandırma veya haritalandırılması (Jenkins, 2008: 5). Bu bağlamda, kimlik inşa etmeye ilişkin çözümleyici soru; “Ben ve öteki kimdir?” sorusudur. Aslında kimlik bir tanımdır, insanın hem toplumsal hem de psikolojik anlamda kendisinin ne ve nerede olduğunu açıklamasıdır. Birey kimlik edindiğinde duruşunu ve bakışını da belirtmiş olur; yani katıldığı veya üyesi olduğu toplumsal ilişkiler ağında bir toplumsal özne olarak şekillenir. Kimlikler, onları tanımlayan ve organize eden bir

bütün olarak bireyin toplumla uygun bağının ne olduğu sorusunu da içerir. Bu arayış aynı zamanda birey düzeyinde bir topluluğa ait olma gereksinimi ile ortaya çıkmaktadır (Karakaş, 2015: 93).

Kimlik, sosyal ilişkiler içerisinde yer alan kişilerin özdeşleşme, karşılaştırma ve ayrıştırma yapabilmelerinin ön koşulunu oluşturur. Kimlik, kişinin “ben kimim” sorusuna verdiği cevap ve kendini tanımlamasının bir ifadesi olarak bireysel kimlik ve “biz kimiz” sorusuna verdiği cevap ve sosyal aidiyetlerin çoğul ifadesi olarak ‘kolektif kimlik’ düzeyinde ele alınabilir. Kavrama ilişkin soyutlama düzeyi ne olursa olsun, kimlik, kişinin dahil olduğu sosyal ilişkiler içerisindeki yerini anlamlandırmasını sağlayan başlıca kavramlardan biridir (Alpman, 2018: 6). Bu bağlamda, kimlik kavramının birbiriyle yakından ilişkili iki farklı boyutu bulunmaktadır: Bireysel ve toplumsal. Bireysel kimlik, bir bireyin mevcut dünyaya olan yaklaşımını ve bu dünyada bulunduğu konumu belirleyen inanış ve bağlılıklarını ifade etmektedir. Toplumsal kimlik ise, bireyin kendini tanımlamasına ve kendisini bunun ayrılmaz bir parçası olarak görmesine vesile olan ilişkilere tekabül eder. Toplumsal kimlik, doğal olarak çoğul bir kavramdır. Bir bireyin farklı kimlikleri tartması ve belli bir kısmına öncelik vermesi, kendi benlik anlayışı ile toplumsal ve siyasi ortamı arasındaki diyalektiğin bir sonucudur (Mollaer, 2014: 53).

Toplumsal kimlik, bireyin ait olduğu toplumsal çevrenin değerlerine, normlarına, akıl yürütmesine, sanatına, diline, dinine, gelenek ve göreneklerine ve diğer kurumlarına karşı geliştirdiği bir aidiyet bilincini ifade eder. Birey kendi toplumu ve diğer toplumlar arasındaki benzerlikleri, karşıtlıkları, çatışmaları toplumsal kimliğine yüklediği anlam sınırları çerçevesinde tanır ve bu doğrultuda bir eylem stratejisi geliştirir. Birey, toplumsal kimlik aracılığıyla yaşam pratiklerine katılır. Toplumsal kimlik, çoğu zaman, bilinç ötesinde bir işlev yüklenerek bireyin bütün varlığına hükmeder (Özdemir, 2001: 108).

Toplumsal, ekonomik, kültürel, siyasi vb. süreçlerin bir ürünü olarak ortaya çıkan kimliğin farklı görünüşleri bulunmaktadır. Bu görünüşlerden biri de, kimliğin siyasi organizasyonudur. Bir başka ifadeyle, kimlikler, diğer süreçlerin yanı sıra, siyasi toplumsallaşma süreçlerine bağlı olarak da şekillenmektedir. Siyasi kimlikler, kimliğin siyasi yapılara, aktörlere ve koşullara bağlı olarak farklılıklarını ve benzerliklerini ön plana çıkarmakta ve bireyin siyasi tercihlerini, görüşlerini ve anlayışlarını biçimlendirmektedir. Bu yönüyle, siyasi kimlikler çok yönlü ve dinamik bir süreci içermektedirler. Çok yönlü ve dinamik olduğu kadar çok çeşitli özelliklere sahip olan siyasi kimliklerin, söz konusu çeşitliliklerinden biri de milliyetçiliktir. Milliyetçilik, siyasi kimlikler arasında en başat konumda olanı ifade etmektedir, çünkü siyasi ve toplumsal örgütlenmeyi ve değişimi yönlendiren en öncelikli kimliklerin başında gelmektedir.

BİR SİYASAL KİMLİK OLARAK MİLLİYETÇİLİK

Siyasal kimliklerden biri olarak ortaya çıkan milliyetçilik, esasında modernliğin bir ürünüdür. Batı Avrupa’da geleneksel ve feodal toplumsal yapıların çözülmesi, Fransız ve Sanayi devrimlerinin baş göstermesi gibi geniş ölçekli gelişmeler sonucunda modern toplumların inşasına koşut bir biçimde ortaya çıkan milliyetçilik, bu yönüyle modernliğin siyasal örgütlenmesini temsil etmektedir. Çok boyutlu, karmaşık ve dinamik yapısı nedeniyle milliyetçiliği anlamak, esasında, toplumların, kültürlerin, sosyal grupların, zamanın, mekânın ve bağlamın izini sürmeyi gerektirir. Çünkü milliyetçilik, içinde yer aldığı toplumun örgütlenme biçimine göre, siyasal, ekonomik ve toplumsal şartlarına göre ve dahası bir bütün olarak modernliğe yüklenen anlamlara göre değişiklik göstermektedir.

Milliyetçilik, her şeyden önce bilincimize bir şekil veren, dünyayı adlandırmamızı sağlayan bir söylem; başka bir deyişle, toplu kimliklerimizi belirleyen, günlük konuşmalarımızı, davranış ve tutumlarımızı yönlendiren bir görme ve yorumlama, bir algılama biçimidir (Özkırımlı, 2016: 14). Milliyetçilik, çoğu zaman kendine bir ulus arayan fakat kimi kez bir ulustan –hiç değilse bir ulus-devlet biçiminde örgütlenmiş bir ulustan- yoksun olan ve/veya kendi grubunu diğer gruplara üstün kılmaya çalışan bir ideolojidir. Bu yüzden milliyetçilik, siyasal ve kültürel kimliğe yaslanır (Jaffrelot, 2018: 26-27). Bu yönüyle milliyetçilik, kendi ulus-devletlerinde yaşadıkları ya da yaşamayı hak ettikleri farz edilenler için bir ulusal kimlik duygusunun inşasını beraberinde getirir. Ancak milliyetçilik belirli bir kimliğin inşasından daha fazlasına şamildir (hususî bir ulusal “biz”); zira şu genel ilkeyi de içermektedir: “bizim” kendi devletimize sahip olmamız hakkandır; çünkü halklar (uluslar) kendi devletlerine (ulus/nation) sahip olmalıdırlar (Bilig, 2002: 35).

Milliyetçilik yapbozlarla doludur. “Analiz” den ziyade bir “uygulama” biçimidir (Brubaker); kendisini evrensel ve küresel bir fenomen olarak sunar, fakat kaçınılmaz olarak özel ve yereldir (Anderson); modern çağın bir özelliğidir, ancak kökleri çok daha eski bir şeyde vardır (Smith); temelde kültürel meselelerle ilgilidir - dil, din, semboller - ancak ekonomik ve maddî gelişme meselelerinden ayıramaz (Nairn) (McCrone, 1998: 6). Milliyetçilik, toplumu belirli bir şekilde (ulusal olarak) hayal eden bir ideolojidir, bu kolektif kimliğin diğerlerine üstünlüğünü öne sürmektedir ve siyasal iktidarı adına ideal olarak (sadece veya her yerde değilse) ulus için bir devlet (veya ulus-devlet) şeklinde arar (Spencer & Wollman, 2002: 2-3).

Elie Kedourie’ye göre, milliyetçilik doktrini, insanlığı ayrı ve farklı uluslara böler, bu ulusların müstakil devletler kurması gerektiğini öne sürer ve bir ulus fertlerinin, kendi ulusunun vasıflarını geliştirmek ve şahıslarını daha üstün ulus bütünlüğünde eritmek suretiyle hürriyet ve başarıya ulaşacaklarını iddia eder (Kedourie, 1971: 65). Anthony Smith’e göre, milliyetçilik ifadesi şu anlamlara gelecek şekilde birkaç biçimde kullanılmaktadır: 1) ulusların oluşma ya da gelişme süreci; 2) bir ulusa ait olma duyarlılığı ya da bilinci; 3) bir ulusun dili ve simgelerle

temsili; 4) bir ulusu temsil eden toplumsal ve siyasi hareket; 5) hem genel hem de özel bir ulus öğretisi veya ideolojisi (Smith, 2013: 15). Umut Özkırmılı'ya göre ise, milliyetçiliğin genel kabul gören anlamlarının yanında, milliyetçilik ideolojisinin dört temel önermesinin olduğu da genel olarak ifade edilmektedir: 1) Dünya birbirlerine benzemeyen, her biri farklı bir tarih ve karaktere sahip uluslardan oluşmuştur. 2) Ulus her tür siyasi ve toplumsal gücün kaynağıdır. Ulusa duyulan bağlılık diğer tüm bağlılıklardan üstündür. 3) İnsanlar özgür olmak ve kendilerini gerçekleştirmek istiyorlarsa, bir ulusla özdeşleşmek zorundadırlar. 4) Dünya'da barışın ve adaletin egemen olması isteniyorsa, uluslar özgür ve güvencede olmalıdırlar (Özkırmılı, 2016: 220-221).

İnsanlık tarihi boyunca var olmuş ve oldukça uzun bir süre yaşamasını sağlayacak bağlayıcı kuvvete sahip olmuş birçok sosyal ve politik topluluk, kutsal ya da saygıdeğer herhangi bir ulusçu ilkeye dayanmıyordu. Şehir devletleri, kabileler, her türden katılımcı topluluklar, genelde aynı kültüre sahip olan insanların oluşturabileceği bütüne göre gayet küçük birimlerdi. Aynı zamanda, sınırları bizim ulus diye adlandırdığımız şeyin ötesine geçen hanedan devletleri ve İmparatorluklar gibi büyük birimler de mevcuttu. Bu türden birimlere hükmedenler, sınırlarının etnografik limitlerin ötesine geçip geçmediği ile pek de ilgili değillerdi. Sınırları içerisindeki insanların kültürleri ile değil, getirdikleri vergi ve sahip oldukları emek potansiyeli ile ilgileniyorlardı. Politik ve kültürel sınırların birbirine denkliği, ancak modern zamanlara gelindiğinde bir ilgi unsuru haline gelir ve bunun sonucunda ulusçu olmayan bir devlet tasavvur edilemez hale gelir (Gellner, 2013: 90-91).

Bir düşünsel ve siyasi akım olarak ulusçuluk, ulus-devlet usunun oluşturulmasında en önde gelen belirleyici etmendir. Ulus-devlet şeklinde örgütlenen siyasi iktidarın dayandığı meşruiyet ilkesi olan ulus kavramının içeriği, yüklendiği bu işlevi yerine getirebilecek biçimde ulusçuluk akımı tarafından belirlenmektedir (Erözden, 2013: 97). Ulusçuluk söylemi -sınıf, ırk ve toplumsal cinsiyet söylemleri gibi- kimliğe sadece kişinin bedenine işlenmiş ve onunla aynı sınırlara sahipmiş gibi bakılmasını körüklemekle kalmaz, aynı zamanda bireylere de, birbirlerine somut kişilerarası ilişki ağları içinde yer almalarından dolayı değil de, soyut bir eşitlikler kümesinin mensubu olmalarından dolayı bağlıymışlar gibi bakılmasını teşvik eder. Yani kategorik kimlikleri, ilişkisel kimliklere yeğler; bunun sebebi kısmen milliyetçilik söyleminin, birbiriyle yüz yüze ilişki kurması çok zor olan, çok büyük bir topluluğa hitap etmesidir (Calhoun, 2012: 65).

Milliyetçilik, sınırlara dayalı olarak siyasal topluluğa bir ulusal kimlik atfeden, söz konusu topluluğun ulusal kimlik etrafında örgütlenmesini salık veren, siyasal topluluğu müştereklikler üzerinden harekete geçiren ve yönetilenleri türdeşleştirmeyi hedefleyen bir ideolojidir. Bu ideoloji, sınırları belli bir toprak parçası içerisinde yaşayanları, siyasal topluluk olarak resmedilen ulusun bir parçası olarak kabul etmekte, ulusun siyasal örgütlenmesi olarak tezahür eden ulus-

devletin bir yurttaşı olarak tanımlamakta ve ulusal kimliğin de toplumsal taşıyıcısı olarak görmektedir.

SINIR, MİLLİYETÇİLİK VE YURTTAŞLIK

Sınırlar, devletlerin, özellikle de modern ulus-devletlerin yetki ve egemenlik sahalarının başlangıç ve bitiş noktalarını sembolize etmesinin yanı sıra toplumsal ilişki ve etkileşim sahalarını çerçeveleyen ve fiziki ve doğal hatlar olmanın ötesinde bireylerin zihin ve tahayyüllerini de şekillendiren hatlardır. Bu yönüyle sınırlar, insan toplumunun bir ürünüdürler.

Anthony Giddens'a göre, sınır, iki veya daha fazla devleti ayıran ve birleştiren, bilinen ve coğrafi olarak belirlenmiş bir çizgidir (Giddens, 2008: 73). Hastings Donnan ve Thomas M. Wilson'a göre sınır, devlet iktidarının uzamsal olarak ulaştığı en uç yerin, siyasal kontrol göstergelerinin ve devletin kendi içindeki veya devletlerarasındaki siyasal iktidar değişikliklerine ilişkin göstergelerin ifadesidir (Donnan & Wilson, 2002: 86). Servet Karabağ'a göre ise sınırlar, harita ve arazide devletlerin yetki ve egemenlik hatlarını gösterirler. Bu hatlar boyunca devletler birbirleriyle fiziksel temas kurar ve işbirlikleri geliştirirler. Sınırlar aynı zamanda tartışma ve çatışmaların yaşandığı ve devletlerin birbirlerini derinden etkiledikleri hatlardır (Karabağ, 2014: 3). Ancak sınırlar, yukarıda da vurgulandığı üzere salt haritalardaki çizgilerden ibaret olmayıp, insanların zihinlerinde çizilen hatlar olarak da tezahür etmektedirler. Sarah Green'in de vurguladığı gibi, sınırların metaforik ve sembolik anlamlarına odaklanmak, onların yalnızca ülkelerin uçlarında yer alan fiziki nesnelere olmadıkları anlayışını da ortaya çıkarmıştır. Sınırları fiziki nesnelere olarak tarif etmek gerçekten de buzdağının sadece görünen kısmına odaklanmaktır. Buna karşılık sınırlar -en az büründükleri herhangi bir fiziki şekilde olduğu kadar- insanların zihin ve tahayyüllerinde de var olurlar ve sınırların etkileri, insanların onları aşabilecekleri noktalara kadar uzandığı gibi ülkelerin tamamına da kapsamlı olarak yayılır (Green, 2014: 39). Dahası, insanların zihinlerinde kurgulandığı kadar, sosyal ilişki ve etkileşim biçimlerinde de sınırların belirgin bir rolü bulunmaktadır. Sosyal ilişkilerin çerçevesini belirleyen sınırlar, bu ilişkilerin nerede başlayıp nerede son bulduğunu ve sosyal ilişkiler ağı içinde yer alan bireylerin sınır aracılığıyla işgal ettiği konumu da ifşa eder (Özbey, 2017: 378).

Sınırlar, her ne kadar geleneksel dönemde sınır boyları şeklinde belirmiş olsalar da, esasında modern dönemde daha fazla işlevsel ve görünür hale gelmeye başlamışlardır. Modernliğin toplumsal yaşamdaki örgütlenmesi ve siyasal ve ideolojik yansımaları, sınır olgusunu geçmişle kıyaslandığında daha kullanışlı hale getirmiş ve modern toplumların inşasına koşut olarak sınırlar da inşa edilmeye başlanmıştır. Modernlik kendi örgütlenmesini oluştururken, kuşkusuz sınırlara başvurmuş ve sınırlar aracılığıyla bir meşruiyet çerçevesi oluşturmuştur. Söz konusu örgütlenmenin sacayaklarından biri de, hiç kuşku yok ki, milliyetçiliktir.

Milliyetçilik ile sınırlar arasındaki ilişki, her iki olgunun birbirini tamamlayıcı ve tanımlayıcı özellikleri temelinde şekillenmektedir. Milliyetçilik açısından modern toplumun kimlik inşasında sınırlar, söz konusu inşa sürecinin ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Çünkü milliyetçiliğin kimlik kurgusu, sınırlar üzerinden şekillenmektedir. Milliyetçilik, sadece devletin sınırlarını değil, ama aynı zamanda toplumun sınırlarını da belirlemeyi amaçlamaktadır. Bir başka ifadeyle, politik sınırlarla kültürel sınırları denkliği, milliyetçiliğin en öncelikli amaçları arasında yer almaktadır. Bunun temel sebebi ise, milliyetçiliğin modern devletlerin yönetimi altında bulunan topluluğa bir kimlik atfederek, söz konusu topluluğu türdeşleştirmeye, bir başka ifadeyle, hayali bir cemaat oluşturmak suretiyle içe yönelik türdeşliği, dışarıya karşı ise farklılığı vurgulamaya çalışmasıdır (Bkz. Anderson, 2014; Gellner, 2008; Erözden, 2013). Milliyetçiliğin türdeşleştirmeyi hedeflediği kimlik, ulusal kimlik olup, bu kimliğin temel toplumsal taşıyıcısı da sınırlardır. Bu bakımdan, milliyetçilik, ulusal kimliğin inşasını gerçekleştirirken sınırlara başvurmakta ve sınırlar aracılığıyla sözü edilen kimliğin de nerede başladığını ve son bulduğunu belirlemektedir.

Sınırın milliyetçilikle birlikte ilişkili olduğu diğer bir kavram ise, yurttaşlıktır. Nasıl ki, ulus-devletler milliyetçilik ideolojisini sınırlar üzerinden inşa ediyorlarsa, benzer şekilde, yurttaşlık tasarımlarını da sınırlar vasıtasıyla şekillendirmektedirler. Yurttaşlık salt kamusal yaşamı ilgilendiren konularla ve görev, sorumluluk ve haklarla sınırlı olmayıp, aynı zamanda hem bir kimlik hem de kimliklerin tasarlanması da içermektedir. Bir kimlik ifade etme biçimi olan yurttaşlık, siyasal topluluğun ulus-devlete olan saygı, bağımlılık ve sadakat duygularının oluşmasını da sağlar. Söz konusu duyguları yurttaşlığa kazandıran da, milliyetçiliğin bizatihi kendisidir. Bu bağlamda, yurttaşlık, milliyetçiliğin sınırlara dayalı kimlik inşa örüntülerine bağlı olarak gelişmektedir ve siyasal topluluğun aidiyet duygusunun oluşumunda başat bir rol üstlenmektedir.

Yurttaşlık, ortaya çıktığı ilk zamanlardan itibaren, siyasi üstyapıya ve içinde yaşanan topluma karşı hak ve görevleri ifade etmenin yanı sıra, onun siyasal süreçlerine katılımı ve söz konusu topluma üyelik/aidiyet ilişkisini de içeren üç temel boyuta sahiptir. Fakat o zamandan bu yana yurttaşlığın gönderme yaptığı anlamlar ve pratikler sürekli bir değişim ve dönüşüme tabidir. Ulus-devletin ortaya çıkışıyla birlikte yurttaşlık statüsünün toplumun tüm kesimlerine açılmaya başlaması, günümüzde yurttaşlığın algılanmasında ulus-devlet çerçevesinin hâkim paradigmayı oluşturmasında etkilidir (Gerim, 2017: 159).

Günümüzde yurttaşlık kavramı genellikle üç anlamı içerir: Statü (haklar ve ödevler bütünü), kimlik (ulusun ve belirli bir toprak parçasının tanımladığı bir siyasal topluluğa ait olma duygusu) ve siyasal temsil ve katılım aracılığıyla sürdürülen bir pratiktir (Marques-Pereira, 2009: 360'dan akt. Saygılıgil, 2014: 265). Günümüzün modern dünyasında yurttaşlık, genel olarak, bireyin bir ulus-devletin üyesi olarak haklar ve ödevlerle sınırları çizilen hukuki statüsüne işaret eder. Diğer bir deyişle, yurttaşlığın üyelik ve statü olmak üzere iki temel bileşeni

bulunmaktadır (Taşkın, 2014: 361). Literatürde, vatandaşlık kavramının dört farklı şekilde kullanıldığını tespit etmek mümkün: 1) Ulusal kimlik veya milliyet olarak tanımlanan vatandaşlık. 2) Evraklar temelinde tanımlanan vatandaşlık. 3) Haklar temelinde tanımlanan vatandaşlık. 4) Görev ve sorumluluklar temelinde tanımlanan vatandaşlık (Kadioğlu, 2012a: 21). Modern vatandaşlığın dört temel direği bulunmaktadır. Bunlardan ilki eşitliktir. Bir devletin ülkesinde yaşayan ve hukuki olarak yabancı sayılmayan herkes eşit bir şekilde vatandaşlık statüsüne sahiptir. İkinci olarak, tüm vatandaşlar negatif özgürlüklere sahiptir. ABD’de kabul edilen Virginia Bildirgesi ile Fransız Devrimi sonrasında ilan edilen Vatandaş Hakları Bildirgesi bu hak ve özgürlükleri çerçeveleyen ilk yazılı anayasal dokümanlardır. Üçüncü olarak, vatandaşların siyasi yaşama katılımını sağlamaya yönelik siyasi hak ve özgürlükler de anayasal belgelerle garanti altına alınmıştır. Vatandaşların siyasi yönetime katılım hakları demokrasinin modern anayasal devletlerin ayrılmaz bir özelliği haline gelmesine önyak olmuştur. Son olarak, sosyal ve kültürel haklar vatandaşların refah devletinde sahip olduğu haklar arasına dahil edilmiştir. İmparatorlukla şehir devlet arasında bir boyuta sahip olan ulus devlet hem şehir devlet sisteminin, hem de imparatorluk geleneğinin vatandaşlık yaklaşımlarını birleştirmiştir (Korkut, 2015: 7-8).

YÖNTEM

Çalışmada kullanılan yöntem, *nitel araştırma yöntemidir*. Nitel yöntemler, özellikle sosyal bilimler alanında yaygın olarak kullanılmaktadır. Bunun çok çeşitli nedenleri olmakla birlikte, insanların birbirleriyle olan iletişimlerdeki karmaşıklık ve anlaşmazlık bunun başlıca nedenleri olarak sayılabilir. Her insan kendine özgü bir yapıya sahiptir ve bu değişkenlik insanların yapıp ettiklerinin anlaşılmasında zorluklara yol açmaktadır. İnsan sürekli içinde bulunduğu sosyal ortamın etkisiyle değişmeye eğilimlidir. Bu nedenle, insanı sınırlı kalıplar içinde değil, esnek bir anlayışla incelemek durumundayız. Nitel araştırmalar, bu gereğin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Demir, 2014: 287). Nitel araştırmada görüşme, temel veri toplama araçlarındandır. İnsanların gerçekliğe ilişkin algılarına, anlamlarına, tanımlamalarına ve gerçeği inşa edişlerine vakıf olmanın iyi bir yoludur. Aynı zamanda, başkalarını anlamak için kullanılan en güçlü yöntemlerdendir (Punch, 2011: 165-166). Nitel araştırmacılar örnek olay ve bağlamların dilini kullanır, toplumsal süreçler ve örnek olayları kendi sosyal bağlamında inceler ve belirli ortamlarda anlam yaratımına veya yorumlarına bakarlar. Toplumsal yaşama birçok bakış açısından bakar ve insanların kimlikleri nasıl inşa ettiğini açıklarlar. Nitel araştırmacılar toplumsal yaşamın çoğu alanını özünde nitel olarak görür. Onlar için nitel veriler kesinlikten yoksun veya eksik değildir; son derece anlamlıdır (Neuman, 2012: 232- 233). Bununla birlikte bu çalışmada, nitel araştırma yöntemi kapsamında *derinlemesine mülakat tekniğine* başvurulmuştur. Derinlemesine mülakat ya da görüşme tekniği, nitel araştırmada kullanılan veri toplama tekniklerinden biridir. Nitel araştırmada görüşme, temel veri toplama araçlarındandır. İnsanların gerçekliğe ilişkin algılarına, anlamlarına,

tanımlamalarına ve gerçeği inşa edişlerine vakıf olmanın iyi bir yoludur. Aynı zamanda, başkalarını anlamak için kullanılan en güçlü yöntemlerdendir (Punch 2011: 165-166). Derinlemesine mülakat tekniği kapsamında *yarı yapılandırılmış görüşmeler* gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde yapılan görüşmelerde kullanılan yöntemler de (yüz yüze, telefon, bilgisayar, internet v.b.) kullanılabilir. Survey ile arasındaki en önemli fark, soruların açık uçlu sorulardan oluşması ve soruların görüşme kılavuzu takip edilerek yöneltilmesidir. Ancak her ne kadar açık uçlu olsa da, sorular bir sistematik ve yapı çerçevesinde sorulmaktadır. Görüşülenden daha detaylı bilgiler vermesi beklenir (Demir, 2014: 291).

Araştırmanın evrenini, Türkiye-Gürcistan sınır bölgesinde yaşayanlar oluşturmaktadır. Söz konusu sınır bölgesinde yer alan Muratlı köyünde yaşayanlar ise, araştırmanın örneklem seçimini oluşturmaktadır. Bu bağlamda, çalışmada, amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu örnekleme yöntemindeki temel anlayış, önceden belirlenmiş bir dizi ölçütü karşılayan bütün durumların karşılanmasıdır. Burada sözü edilen ölçüt veya ölçütler araştırmacı tarafından oluşturulabilir ya da daha önceden hazırlanmış bir ölçüt listesi kullanılabilir (Yıldırım & Şimşek, 2005: 11). Alan araştırması kapsamında, Muratlı köyünde yaşayan 6 kişi ile nitel araştırma yöntemi çerçevesinde derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşülen 6 kişinin 5'i erkek ve 1'i kadındır. 6 kişiyle görüşülmesinin sebebi, görüşülen kişilerin verdikleri yanıtların birbirini tekrar etmesinden, diğer bir ifadeyle, veri tekrardan kaynaklanmaktadır. Çalışmada görüşülen kadın sayısının 1 olmasının nedeni, görüşülen diğer kadınların da hem benzer yanıtlar sunması, hem de yeterli düzeyde veri ortaya koyamamasıdır. Çalışma kapsamında 6 kişiyle görüşülmesi sayısal olarak eksiklik görülebilir, ancak derinlemesine mülakatlarda görüşmecilerin verdikleri yanıtların tekrara düşmesi, alan araştırmasının doygunluk seviyesine ulaştığını göstermektedir. Ali Yıldırım ve Hasan Şimşek'in de belirttikleri gibi, örnekleme dahil edilecek birey ya da bireylerden elde edilmesi planlanan verinin derinliği ve verinin genişliği örneklem büyüklüğü ile genellikle ters orantılıdır. Yani araştırmaya katılanlardan toplanacak verinin miktarı arttıkça örnekleme dahil edilmesi gereken bireylerin sayısı azalmaktadır. Araştırma örnekleme tek bir bireyden oluşabilir. Bazen tek bir bireyle yapılan bir araştırmanın verileri, bir başka araştırmada 20 bireyden toplanan verilerden çok daha fazla olabilir (Yıldırım & Şimşek, 2005: 115).

Alan araştırması kapsamında görüşülen kişiler, Muratlı köyünde, sınırın hemen yanı başında yaşayanlardan ve bu anlamda sınırla doğrudan irtibatlı olanlardan oluşmaktadır. Diğer bir ifadeyle, görüşülen kişiler, Muratlı köyünün tümü yerine, köyün sınırla bitişik kısmında yer alanlarla sınırlandırılmıştır. Bu bağlamda, alan araştırması köyün merkezinde yapılmıştır. Köyün meydanı olarak bilinen yerde; kahvehane, bakkal, cami gibi sosyal yaşamın örgütlendiği mekânlarda yüz yüze görüşmeler şeklinde yapılmıştır. Görüşmeler esnasında

görüşülen kişiler sorulara yanıtlar verirken sürekli sınırı izledikleri ve yer yer sınırı işaret ederek düşüncelerini aktardıkları gözlemlenmiştir. Sözü edilen mekânlar ile sınırı temsil eden Çoruh nehri arasında aşağı yukarı 50-100 metrelik mesafe bulunmaktadır.

Çalışma kapsamında görüşülen kişilere genel olarak şu sorular yöneltilmiştir: Sınır sizin açınızdan ne anlam ifade ediyor? Gündelik yaşamınızda sınıra ne tür anlamlar yüklüyorsunuz? Sınır bölgesinde yaşamamanın sizin açınızdan ne tür avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır? Sınırın karşı tarafında yaşayanlarla irtibatınızı ne şekilde kuruyorsunuz? Sınırın aile yaşamınız üzerinde ne tür etkileri bulunmaktadır? Sınır ekonomik yaşamınızı ne şekilde etkilemektedir? Bu sorularla, görüşülen kişilerin sınıra yönelik vaziyet alışları, sınırla irtibatları ve sınırın toplumsal yaşam üzerindeki etkileri hakkında derinlemesine görüşmeler yapılmıştır.

BİR SINIR KÖYÜ OLARAK MURATLI

Muratlı, Artvin ilinin Borçka ilçesine bağlı bir köydür. Artvin iline 49 km, Borçka ilçesine 17 km uzaklıktadır. Köyün Gürcüce adı Maradit'tir. Muratlı köyünün karşı tarafında Gürcistan'da Maradit adıyla bir köy daha vardır. Bu iki köy birbiriyle akrabadır. Sınırın iki tarafındaki halkların dinleri, dilleri, yemekleri, düğünleri, cenazeleri, örf ve adetleri kısaca kültürleri aynıdır. Muratlı'nın karşı tarafında kalan Müslüman Gürcülerin uzun zaman bu tarafta okunan ezanla namaz kıldığı söylenir (Gürcistan Dostluk Derneği, <http://www.gdd.org.tr/koydetay.asp?id=222>, Erişim Tarihi: 24.02.2019).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçlarına göre, köyün 2018 yılı toplam nüfusu 481'dir. Bu nüfusun 247'sini erkekler oluştururken, kadınların sayısı 234'tür (TÜİK, 2019). Bu açıdan köy nüfusunun cinsiyete dayalı olarak dengeli bir dağılım gösterdiğini söylemek mümkündür. Köyün iklimi, Karadeniz iklimi etki alanı içerisindeydir. Köyde Muratlı Barajı'nın yapılmasından sonra iklim değişimi başlamıştır. Barajın su tutmasıyla birlikte nem oranı çok yüksek seviyelere ulaşmıştır. Karadeniz'in genel kültürü bölgede hâkimdir. Bununla birlikte Gürcü kültürü de vardır. Mısır ekmeği, lahana başlıca yemek çeşitlerindedir. Köyün ekonomisi tarıma dayalıdır. Satışı yapılan başlıca tarım ürünleri, mısır, fındık ve çaydır. Son zamanlarda kivi üretimi de yapılmaktadır. Arıcılık üst düzeyde yapılmaktadır. Tamamen organik kestane bal olarak, hem üreticilere hem de köye ekonomi katkı sağlamaktadır. HES projesi adı altında Muratlı barajı 2005 tarihinde işletmeye açılmış, ekonomiye katkı sağlamaktadır. Muratlı çay fabrikası faaliyetlerine devam etmektedir. Köy, Sünniliğin Hanefi mezhebinden Müslüman Gürcü köyüdür. Köyün tamamı Gürcüce konuşur. 1970'den sonra köy çok sayıda göç verdiği için yaşayan nüfusun büyük bir çoğunluğu yaşlılardır (Köylerim, <http://www.koylerim.com/artvin-borcka-muratli-koyu-286255h.htm>, Erişim Tarihi: 24.02.2019).

BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Alan araştırması kapsamında yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular, çalışmanın temel sorunsalı çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, görüşülen kişiler, cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve mesleklerine göre kodlanmıştır.

Sınırdaki Yaşamak ve Sınırdaki Düşünmek: Kimliğin Sınır Aracılığıyla İnşası

Sınır bölgeleri aynı anda hem pürüzlü hem de düz mekânlardır. Sınırı koruyan askerler için ya da sınırla ayrılmış iki ülkenin devletleri için sınır bölgeleri pürüzlü mekânlardır, ya da öyle olmalıydılar, öyle kalmalıydılar. Diğer yandan bu tür sınır bölgelerinde hareket halinde olan ve sınırları kaçak olarak geçen insanlar yoluyla bu mekânlar kısa süreler için bile olsa düz mekânlara dönüşecektir (Saybaşı, 2011: 70). Sınırlar, toplumsal yaşam ve örgütlenmede merkezi bir yer tutmaktadır. Salt fiziksel hatlar olmanın ötesinde, bireylerin, grupların ve toplumların zihinlerinde kurulan ve bireysel ve toplumsal kimliklerin inşasını sağlayan bir misyona sahiptir. Toplumun gündelik yaşamının şekillenmesinde sınırlar önemli kilometre taşlarından birini oluşturmaktadır. Özellikle sınır bölgesinde yaşayanlar açısından bakıldığında, sınır, gündelik yaşam pratiklerinin ayrılmaz parçasını oluşturmaktadır. Bu açıdan sınırdaki yaşamak, diğer beşeri coğrafyalarda yaşamaktan farklılıklar göstermekte ve benzer şekilde sınırdaki düşünmek, diğer toplumsal mekânlarda düşünmekten farklılaşmaktadır. Sınırdaki yaşamının ve düşünmenin ne demek olduğunu anlamının en iyi yolu, kuşkusuz sınır bölgelerinde yaşayanların bakış açılarına başvurmaktır. Türkiye-Gürcistan sınır bölgesinde yer alan Muratlı köyünde yaşayanların sınır hakkındaki düşünceleri söz konusu farklılaşmaları etraflıca sunmaktadır:

“Sınır aslında, ne bizim onlara bir zararımız var, ne de onların bir zararı var. Güzel bir şey aslında. Karşı taraf başka ülke, sen başka ülkedesin. Sınırın her iki tarafında Gürcü olduğu için, kaynaşıyorlar insanlar, orayı da bizim memleket gibi görüyorlar” (Kadın, 23, Lise Mezun, Öğrenci).

“Sınır, bir yere ait olduğunu gösteriyor. Aidiyet vardır. Sınırı aştığın zaman, aidiyetini reddetmiş gibi bakıyorsun. Sınır, kendine yapılmasını istemediğini başkasına yapmama duygusu, benim düşünceme göre” (Erkek, 48, Üniversite Mezun, Din Görevlisi).

“Bu sınır, bana her şeyimi çiziyor. Kendime ait olduğumu, kendi mülkümün kendime ait olduğunu, kendi devletime daha güvendiğimi, kendi devletimde daha rahat olduğumu, bu sınır bana bunu anlatıyor. Sınırın karşısına baktığım zaman, onu görüyorum. Kendi kendimdekini. Kendimdeki değerlerin oradakilerden daha fazla olduğunu. Bu değerleri kaybetmemek için bu sınırların geldiğini görüyorum. Aslında bana göre bu köyde sınır, karşı taraftan bir şeyler almam gereken bir yer değildir, sınırı gösteren şey. Karşı tarafın benden bir şeyleri almasını diye, beni koruyan bir güçtür sınır” (Erkek, 48, Üniversite Mezun, Din Görevlisi).

Sınırlar, kimlik ifade etme araçlarından birini oluşturmaktadır. Bir kimliği olmak, bir devleti olmak, bir toplumu olmak, bir hükümeti olmak, sınır olgusu

etrafında şekillenmektedir. Sınırların inşası, esasında kimliğin inşası olarak tezahür etmektedir (Özbey, 2018: 189). Sınırlar ve kimlikler birbirleriyle derin ve karşılıklı olarak birbirlerinin kurucusu, oluşturucusu, inşacıları oldukları bir ilişki içindedir (Genç, 2014: 43). “Kimliğim beni başka hiç kimseye benzemez yapan şeydir” ya da “ben ancak öteki olmayanım” şeklindeki bir tanım kimliğin tanımında başkalarının/ötekinin varlığını gerektirir (Gözübüyük-Tamer, 2014: 85). Bu bağlamda, Muratlı’da yaşayanlar açısından sınır, kimlik inşasını sağlayan bir işleve sahiptir. Çünkü sınır, orada yaşayanlara bir aidiyet duygusu aşılamakta ve sınırı geçmek aidiyetin ortadan kalkması anlamına gelmektedir. Sınırlar, “ben”in ve “öteki”nin kim olduğunu ve kime ve nereye ait olduğuna ilişkin kimlikle ilgili temel soruların yanıtını sınırdaki yaşayanlara açık bir şekilde sunmaktadır. Bu aidiyetin hem iktisadi ve siyasi mülkiyeti de içerdiği görülmektedir. Bir diğer deyişle, sınır, hem iktisadi açıdan bireyin sahip olduğu mülkiyetinin sınırlarını belirlemede, hem de siyasi açıdan bireye bir devletin olduğunu düşündürmektedir. Dahası, sınırların orada yaşayanlara sahip olduğu değerleri hatırlatan ve bu değerlerin de çerçevesini çizen bir boyutu bulunmaktadır. Diğer bir ifadeyle, sınır, toplumsalın temelini oluşturan değerlerin ne ve nereye kadar olduğunu belirlemede ve aynı zamanda bu değerlerin korunmasını da sağlamaktadır. Bu anlamda, sınırlar, sınırdaki yaşayanları sınırın karşı tarafında yaşayanlardan farklı kıldığını göstermektedir. Çünkü sınırlar, kimliğin toplumsal işaretleyicileridir. Sınırların inşası, kimliğin inşası anlamına geldiğinden, sınırdaki yaşamak, aslında sürekli bir arayış halidir. Bu arayış, bir tür kendini bulma arayışıdır. Kim olduğunu ve nereye ait olduğunu düşünmek, kendini ötekiyle karşılaştırmak ve kendi kimliğini farklı kılan özellikleri tespit etmek, sınırdaki yaşamın ve düşünmenin arayış biçimi olarak şekillenmektedir. Toplumlar, gruplar ve bireyler, sınırla kurdukları irtibat üzerinden ve sınır bölgelerinde yaşayarak kendilerine yönelik arayışlarını sürekli canlı tutmakta ve kendi kimliklerini daha fazla sorgulamaktadırlar. Sınırla irtibat ve sınırın gölgesinde kurulan toplumsal yaşam, sınır üzerinden kendini tanıma ve tanımlama edimini yeniden üretmektedir.

Milliyetçi ve Devletçi Kimliklerin Sınır Üzerinden Kurgulanması

Kimlik kavramı, toplumsal değişmeye bağlı olarak değişik anlamlar ve farklı görünüşler içermektedir. Toplumsal kimlikler çeşitli dinamikler çerçevesinde şekillenmektedir. Modern toplumda kimliğin göstergelerinden biri de kuşkusuz sınırlardır. Sınırlar, kimlik inşası etmenin koşullarını ve araçlarını sunmakta ve kimlikler de sınırlar vasıtasıyla toplumsal ilişki ve etkileşim sahasında görünür hale gelmektedir. Türkiye-Gürcistan sınır bölgesi, milliyetçi ve devletçi kimliklerin sınır üzerinden nasıl kurgulandığını göstermesi açısından önemli bir örneği teşkil etmektedir. Nitekim sınır bölgesinde yaşayanların sınıra yüklediği anlamlar bu duruma ışık tutmaktadır:

“Şuanda sınırdaki yaşıyorum. Benim evime 7-8 metre uzakta sınır. Vatan, millet, bayrak dediğinde, sınır benim hassas noktamdır. Yemin ediyorum Allah’tan

başkasını tanımam, bayraktan başka. Sınır bizim milli sınırlarımızdır. Bizim için hassastır. Benim için sınır her şeyin üstündedir” (Erkek, 37, İlkokul Mezunu, Çiftçi).

“Bir kere sınırdaki kalmak, bir kere kimliğinin, devlete olan duygunun ve sevginin düşmesine fırsat vermiyor sınır sana. Devletin varlığını görüyorsun. Devletin bir ferdiyim ve devletim için ben bu sınırı koruyan biriyim şeklinde görüyorsun. Yani aidiyet hissini devamlı tutuyor. Birçok insana ait olan şeyi hatırlatıyor” (48, Erkek, Üniversite Mezunu, Din Görevlisi).

“Bu bölge açısından bakarsan sınır, karşı tarafta hukukun işlemeyişidir bana göre. Bir sınır için, sınırı açacaksam, sınırı çizeceksem, karşıdaki muhatap devlet veya toplumun bana adil davranmayacağı düşüncesi. Dürüst olmayacağı düşüncesi. Sınır benim için budur. Sınır, elimdeki maddi ve manevi değerlerin korunması veya kaybetme korkusu” (Erkek, 48, Üniversite Mezunu, Din Görevlisi).

Türkiye-Gürcistan sınır bölgesi özelinde, sınırın milliyetçi ve devletçi kimliklerin oluşumuna katkı sunduğu ve bu kimlikler üzerinden sınır bölgelerinde yaşayan insanların ulus-devlet ideolojisiyle bütünleşmesini sağladığı gözlemlenmektedir. Sınırdaki yaşayanlar açısından bakıldığında, sınırın milliyetçi ideolojinin mihenk taşlarını oluşturan vatan, ulus ve bayrak imgelemlerini sembolize ettiği görülmektedir. Sınırların ulusal kimliğin temel taşıyıcısı olduğu, sınır bölgelerinde yaşayanlar açısından bu durumun hassasiyeti artırdığı ve sınırın her şeyin üstünde yer alması nedeniyle kutsallık niteliğine büründüğü anlaşılmaktadır. Bu anlayış, sınırların sıradan bir çizgi veya hat olmadığını, daha ziyade milliyetçilik ideolojisinin içerdiği değerleri sembolize ettiği ve bu nedenle de değerler hiyerarşisinde en üstte yer aldığını göstermektedir. Bir diğer ifadeyle, sınırların, vatan, ulus ve bayrak imgelemlerini orada yaşayanların zihin ve tahayyüllerine çizmek bir yana adeta kazıdığı gözlemlenmiştir. Bu şu anlama gelmektedir: milliyetçilik sınırlara kutsallık atfetmesi sebebiyle, dinsel bir misyonu içermektedir. Charlton J. H. Hayes’in de vurguladığı gibi, milliyetçilik, yine her din gibi, sosyaldır ve başta gelen ayinleri, bütün topluluğun adına ve kurtuluşu için icra edilen cemaat halindeki ayinlerdir (Hayes, 2010: 190). Bu sebeple, sınırların, milliyetçi kimliğin kurgulanmasında başat bir rol üstlendiğini söylemek zor olmayacaktır. Milliyetçilik, üyelerine atfetmiş olduğu kimlikleri sınırlara dayalı olarak belirlemekte ve bu anlamda sınırlar, milliyetçi kimliğin temel toplumsal taşıyıcıları olarak işlev görmektedir. Eric J. Hobsbawm’a göre, ulus ancak belli bir modern teritoryal devletle, ulus-devletle ilişkilendirildiği kadarıyla bir toplumsal birimdir; bununla ilişkilendirmedikçe ulusu ve milliyeti tartışmanın hiçbir yararı yoktur (Hobsbawm, 2010: 24). Ernest Gellner’a göre ise, milliyetçilik, etnik sınırların siyasal sınırların ötesine taşmamasını ve özellikle aslında genel ilkenin dışladığı bir olumsuzluk olarak bir devletin içindeki etnik sınırların iktidar sahipleriyle yönetilenleri birbirinden ayırmamasını öngören bir siyasal meşruiyet kuramıdır (Gellner, 2008: 71). Bu kuram, ulusal kimliği sınırlar temelinde inşa ederek, modern devlet ile ulusun sınırlarının kesişmesini sağlamaktadır. Bu temelde ulusçuluk, ulus-devletin teritoryal egemenliğini temsil eden sınırları

işlevsel hale getirerek, bu sınırlar aracılığıyla ulusal kimlik kurgusunu inşa etmektedir. Ulusçuluğun bu inşası, modern devletin ve ulusun sınırlarının keşişmesini sağlamaktadır. Buna göre, modern devlet teritoryal alanda egemen bir devlet olup, bu alandaki (ulusal) kimliğin biricik temsilcisidir ve modern devleti temsil eden sınırlar, aynı zamanda ulusu da temsil etmektedir (Özbey, 2018: 65). Uluslar, ancak, mensupları kendilerini söylemsel ulusal kimlik çerçevesi içinde anladıkları sürece var olurlar. Bunun yanı sıra, kimi üyelerinin, onun özgün ulusluğunun, özerkliğinin ve diğer haklarının başkaları nezdinde tanınması için verdiği ulus inşa sürecinde kalıba girerler. Burada anlaşılması gereken en önemli nokta şudur: uluslar ancak ulusçuluk bağlamında varlıklarını sürdürebilirler (Calhoun, 2012: 137).

Milliyetçi kimlikle iç içe olan devletçi kimliğin kurgulanmasında da, sınırların benzer bir rol ve işleve sahibi görülmektedir. Deniz Genç'e göre, devletin veya siyasi yapının, otoritesini ve yetkisini tatbik edebileceği; meşru fiziksel güç ve şiddet kullanımının nihai noktalarını işaretleyen sınırlar, bu siyasi yapının da en temel tanımlayıcılarından biri olarak siyasi niteliğinde karşımıza çıkıyorlar (Genç, 2014: 42). Donnan ve Wilson'a göre ise, uluslararası sınırlar, devlet iktidarının fiziksel sınırlarına işaret eden mekânlardır ve devletlerin siyasal örgütlenmelerinin ve teritoryal bölünmelerinin uzamsal ifadesidirler (Donnan & Wilson, 2002: 83). Ortaya çıkan veriler, sınırların devletin varlığına işaret ettiğini, sınır bölgesinde yaşayanların da sınırlar üzerinden devlete bağımlılıklarını ortaya koyduklarını ve sınırların bu bağımlılık ilişkisini sürekli ayakta tuttuğunu göstermektedir. Sınır bölgesinde yaşayanların sınırı devletle ilişkilendirmeleri nedeniyle sınırlar, devletin gündelik yaşamda zihinsel bir inşa olmasının yanı sıra fiziksel açıdan da görünür hale geldiği mekânlar olarak belirmektedir. Dahası, sınır bölgesinde yaşayanlar açısından devlete bağlılık ve sadakat, sınırı korumayla ve sınıra bağlılıkla eşdeğer durumdadır. Söz konusu sonuçlar, devlet ve sınır ilişkisinin bireysel ve toplumsal yaşamdaki yansımalarına işaret etmekte ve daha da önemlisi, sınır bölgelerinde yaşayanların sahip oldukları devletçi kimliklerini göstermektedir. Sınırların vatan, ulus ve bayrak gibi imgelemleri temsil etmesi, hem devletin hem de sınırların kutsallaştırılması şeklinde cereyan etmektedir. Nitekim Türkiye'de devlet, Ömer Çaha'nın da altını çizdiği gibi, somut kuruluşlarıyla, oluşturulmuş normlarıyla, seçilmiş yöneticileriyle, atanmış görevlileriyle toplumun hizmetindeki bir kurum değil; ona hükmeden, boyun eğdiren, Tanrı adına hüküm veren, bireyin her tür hakkına istediği şekilde tasarrufta bulunabilen, buyurgan, aşkın ve metafiziksel bir otoritedir (Çaha, 2003: 8). Sınırlarla bütünleşik bir kavram olan devlet, kendi egemenlik sahalarını sınırlar aracılığıyla belirlemekte ve bu egemenlik nosyonunu sınırlar üzerinden sürdürmektedir. Çünkü sınırlar, devlet örgütlenmesinin başlangıç ve bitiş noktalarını tayin eden ve bu örgütlenmenin insanların ve toplumların zihin ve tahayyüllerindeki varlığını hep canlı tutan aygıtlardır. Ancak devletin sınırlar üzerinden siyasal topluluğu çerçevelemesi, salt merkezi güç ve zora başvurusu yoluyla değil, daha ziyade sınır bölgelerinde yaşayanların bu çerçeveyi içselleştirmesi ve bu çerçeve üzerinden davranış örüntülerini, ilişki biçimlerini ve

kimliklerini şekillendirmesiyle gerçekleşmektedir. Bu anlamda, devlet, sınırlar aracılığıyla sınır bölgelerinde yaşayanlara devletin varlığını kabul etmelerini sağlayarak, devletçi bireyler olarak kimliklerini şekillendirmektedir. Sınır bölgesinde devletçi kimliğe sahip bireyler, esasında merkezi iktidarın çevredeki temsilcileri olarak kendilerini konumlamaktadırlar.

“Sınır Muhafızlığı”: Devlet, Yurttaşlık ve Güvenlik

Sınırlar, milliyetçilik ideolojisi temelinde bir yurttaşlık tasarımı oluşturmanın temel araçları olarak ön plana çıkmaktadırlar. Ulus-devletler, sınırları içerisinde yaşayanları kendi ideolojisi çerçevesinde şekillendirmeyi, diğer bir ifadeyle, onları kendi ideolojisine uygun yurttaşlar haline getirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç, esasında arzulan yurttaşlık tasarımının işleyiş biçimini oluşturmaktadır. Kuşkusuz bu tasarımın işleyişinde sınırlar önemli bir yer tutmaktadır. Sınırlar arzulan tasarımın köşe taşlarını oluşturmakta, yurttaşlığın çerçevesini belirlemekte ve yurttaşlık kimliğinin uçlarını da temellendirmektedir. Bu yönüyle sınırlar, sınır bölgelerinde yaşayanların nasıl bir yurttaş olmaları gerektiğini de şekillendirmektedir. Muratlı’da yaşayanların sınır hakkındaki yaklaşımlarında da bu durum görülmektedir:

“Normal insanlar nasıl yaşıyorsa biz de öyle yaşıyoruz. Zaten buradan geçmek yasak. Biz zaten kanunlara saygılı insanlarız. Kanunsuz bir iş yapmayız” (Erkek, 50, Ortaokul Mezunu, Esnaf).

“Yasak, kural. Bu bölge halkının düşüncesinde de sınır, kanunlara saygı. Kendi ülkedeki ve karşı ülkedeki kanunlara saygı. Ben bir devletin aidiyetiyim, benim devletimin yasasına saygı göstermeliyim, çünkü ben o devlete aitim” (Erkek, 48, Üniversite Mezunu, Din Görevlisi).

Muratlı’da yaşayanlar açısından sınır, her şeyden önce, yasak olanı sembolize etmektedir. Bu yasak imgelemi, sınırdan yasak geçişlerin yanı sıra, kanunlarla belirlenmiş kuralların ihlal edilmesini de içermektedir. Yasaklar ve kurallar, sınırların kanunlarla şekillendirilmiş olduğunu göstermektedir. Bir diğer ifadeyle, sınırlar, içerisinde çeşitli yasakları ve kuralları bulunan kanunlarla donatılmışlardır. Muratlı’da yaşayanlar, sınırlar vasıtasıyla kendini var eden kanunlara saygılı birer yurttaş olarak kendilerini konumladıklarını belirtmektedirler. Devletin kanunları sınırlar üzerinden yurttaşlara aktarılırken, yurttaşlar da bu kanunlara saygı göstererek esasında devlete olan sadakatlerini ortaya koymaktadırlar. Kanunlara saygılı olmak ile devlete yurttaş olmak bir ve aynı olduğundan, sınırlar, devletin kanunlarının cisimleşmiş hali olarak ön plana çıkmaktadır. Burada vurgulanması gereken, devletin kanunlarının sadece sınır bölgelerinde değil, ama aynı zamanda toplumsal yaşamın hemen her alanında da görüldüğüdür. Burada önemli olan bu kanunlara yüklenen anlam ve bu kanunlar karşısındaki vaziyet alışlardır. Muratlı’da yaşayanlar, devletin kanunlarına bir aidiyet duygusu yüklediklerini ifade etmektedirler. Kanunlara saygılı ve bağlı olmalarıyla, devlete ve onun kanunlarına da sadakatle yaklaşmaktadırlar. Devletin kanunlarına saygılı bir yurttaşlık, devlete olan aidiyet duygusunun en temel

göstergesidir. Bu açıdan bakıldığında, sınır bölgesinde yurttaş olmanın en öncelikli koşulu, devletin sınırlarına ve bu sınırların sunduğu/hatırlattığı/temsil ettiği kanunlara sıkı sıkıya bağlı olmaktan geçmektedir. Devletin sınırları, yurttaşlığın da sınırları olduğu için, sınırlar, yurttaşlık tasarımı oluşturan aygıtlar olarak ön plana çıkmaktadırlar. Hem milliyetçi hem de devletçi kimliklere sahip olan bireylerden oluşan bir sınır bölgesinde, yurttaşlık tasarımı, söz konusu kimlikler üzerinden inşa edilmektedir. Ayşe Kadioğlu'na göre, modern vatandaşlık kavramı, ulusal kimliklerle ilişkili bir şekilde evrilmiştir ve genellikle ulus-devlete üyelik, sadakat ve bağlılık olarak algılanırken, ulusal kimlik veya milliyet ifadeleriyle de eşanlamlı kullanılmaktadır (Kadioğlu, 2012b: 32). Nagihan Taşdemir'e göre, ulusal kimliğin sınırları, genel olarak, vatandaşlık, kültür ve etnik köken temelinde ayrılmıştır. Vatandaşlık tanımına göre, ülkenin resmi kurumlarına bağlı olanlar, kanun ve tüzüklerine uyanlar, ulusal iç-gruba dâhil edilmelidir. Kültür tanımına göre, aynı ulusal kültürü paylaşanlar ve korumaya çalışanlar, ulusal iç-gruba dâhil edilmelidir. Etnik köken tanımına göre ise, aynı soydan gelenler ve birbirine kan bağıyla bağlı olanlar ulusal iç-gruba dâhil edilmelidir (Taşdemir, 2018: 5). Anthony D. Smith'e göre ise, ulusal kimliğin temel özellikleri: tarihi bir toprak/ülke ya da yurt, ortak mitler ve tarihi bellek, ortak bir kitlesel kamu kültürü, topluluğun bütün fertleri için geçerli ortak yasal hak ve görevler, topluluk fertlerinin ülke üzerinde serbest hareket imkânına sahip oldukları ortak bir ekonomi (Smith, 2010: 31-32). Ulusal kimlik ve milliyetle bütünleşik bir kavram olan yurttaşlığın sınır bölgesindeki anlamı da bu şekildedir.

Öte yandan, sınırlar, ulus-devletlerin güvenli bölgeleri olarak ön plana çıkmaktadırlar. Sınır bölgelerinde yaşayanlar açısından sınırlar, güvenlik kavramının en fazla tartışıldığı mekânlardır. Sınırın güvenliği, bir tür devletin ve toplumun güvenliği olarak tezahür etmekte ve ulus-devletin insan hareketliliğini doğrudan denetlemesi, şekillendirmesi ve yönlendirmesi anlamlarını içermektedir. Bu sebeple, sınırlar, ulus-devletlerin güvenlik çemberini oluşturmaktadır. Sınır bölgelerinde yaşayanlar ise, güvenlik konusunda sınıra farklı anlamlar yükleyebilmektedirler. Latife Akyüz'ün de belirttiği gibi, sınır bölgeleri ulus-devletlerin egemenlik alanlarının başlangıcı ve sonudur. Bu nedenle ülkenin herhangi bir yerinden daha fazla güvenlik duvarlarına ihtiyaç duyulur. Bu bölgelerde yaşayan insanlar her daim dikenli teller, gözetleme kuleleri ve devriyelerle bir arada yaşamak zorundadır. Onlar için karşı taraftakiler, ötekiler yanbaşılarıdır. Her an düşmanla karşı karşıya olunan bir yerde devlete ve onun silahlı güçlerine daha fazla ihtiyaç duyulacaktır tabii ki. Ancak bu bölgeler aynı zamanda ulus-devletin egemenlik alanlarının sonudur dolayısıyla merkezde yaşanan her şey, yapılan her değişiklik en son bu bölgelere ulaşır. Bu işleme ve dışlama süreçlerinin bir arada bulunuşu, sınır bölgelerinin kendine haslığını ve sınır insanı olgusunu yaratan temel durumdur. Bu bölgeler ulus-devletin en fazla hissedildiği ama aynı zamanda ulusal kimlik kavramının en fazla tartışılabileceği yerlerdir (Akyüz, 2012: 139-140).

Devlet ve sınırlar arasındaki ilişkide ana yönelim, genellikle devletlerin kendi egemenlik sahasını çerçeveleyen sınırları muhafaza etmesi, sınırlar aracılığıyla güvenliğin sağlanması ve sınırların insan hareketliliğini denetlemede birer aygıt olarak görülmesidir. Konuyla ilgili sınır araştırmalarındaki hâkim tema, yönetsellik, yönetim ve iktidar teknolojileri gibi kavramların katkısıyla devletin yeni yönetim biçimlerini incelemeye dönüktür (Bkz. Danış & Aksel, 2014). Oysa devletlerin sınırlar aracılığıyla güvenikleştirme pratikleri ve sınırlar boyunca oluşturdukları güvenlik koridorları, devlet, sınır ve güvenlik denklemini anlamada yetersizdir. Çünkü sınırların denetimi ve korunması, onların devletlerin kendi hükümlerlik alanlarında yer almış olmaları ve en üst seviyede teknolojik aygıtlar ve fiziki engellerle denetlenmiş olması neticesinde sağlanması beklenemez. Sınırları denetlemek ve onların güvenliğini sağlamak, devletin yanı sıra sivil toplumu da doğrudan ilgilendiren bir boyutu içermektedir. Sınırlar ve güvenlik ilişkisi, salt devlet merkezli bir yaklaşımla anlaşılması güç ve bir kadar da karmaşık özellikler taşımaktadır. Bu açıdan sivil toplumun sınırla kurduğu ilişkiselliği hesaba katmadan salt siyasi iktidarların sınırlar üzerindeki tasarruflarıyla yetinmek, yeterli olmayacaktır.

Sınırların güvenlikle ne tür bir ilişkiselliği içinde barındırdığını anlamanın en iyi yolu, sınır bölgesinde yaşayanların yaklaşımlarına başvurmaktır. Bir sınır bölgesi konumunda olan Muratlı'da yaşayanların konuyla ilgili yaklaşımları şu şekildedir:

“Sınır, ülkelerin bir anlaşmaya varıp kurdukları bir şeydir. Devletler arasındaki bölünmedir. Biz burada oturuyoruz, onlar orada oturuyor. Biz düzenimizi kurmuşuz, onlar da kurmuşlar. Ama orta yerden sınır geçiyor. Sınır, güvenliği sağlayan bir hatır” (Erkek, 26, Ortaokul Mezunu, Çiftçi).

“Sınırdaki yaşamak tedbirli yaşamak gibidir. Aynı askeriye gibiyiz biz şimdi. Nöbetçiyiz burada. Aynı jandarmalar gibi. Dedim siz yatıyorsunuz. Çünkü gece ne olacağı belli değil. Muratlı çok güvenilecek bir yer. Devriye geziyor bizim askeriye. Biz şimdi onları kollayacağız ki, onlar da bizi kollasın” (Erkek, 79, İlkokul Mezunu, İşçi Emeklisi).

“Sınırlar bizim için namus demektir zaten. Bizde kesinlikle ihanet olmaz. Kaçakçılığa zaten müsaade etmeyiz. Sınırdaki biz en ufak bir şey olduğu zaman, mesela kaçakçılık, bugüne kadar hiç duyan yok. Tek tük bir tanesi geldi, biz dedik ha buradan git, bir daha uyardıyacağım seni diye. Hayvanları geçiyormuş, dedim çık oradan yürü. İkinci sefere silah konuşacak dedim. Benim evimde otomatik tüfeğim var, hep resmi. Sınır olduğu zaman, bayrak olduğu zaman, silah çalışır o zaman. Biz burada sınırı muhafaza ediyoruz. Yani, sınır dediğin zaman, bizim için namustur” (Erkek, 37, İlkokul Mezunu, Çiftçi).

“Şuanda Karadeniz bölgesinde tek sınır devriyesi, sınır cihazları fazla iş görmez. Fiziksel yapısından dolayı. Ne kadar güçlü bir ordun dahi olsa, üstün teknolojin olsa dahi, göremezsin. Mesela karşı taraf Rusların elindeyken, bütün sınır tedbirlerini Rus alıyordu. Hiçbir sınır tedbiri almazdı Türkiye, çünkü buradan oraya gitme talebi, düşüncesi, hesabı kimsede yoktu. Oradan Rus çekilince, sınırı

kontrol edemeyen güçsüz bir devlet kaldı, Türkiye sınırı kontrol ediyordu. Neden? Yine o taraftan gelmeleri engellemek için Türkiye daha dikkatli oldu. Ama yetmedi hiçbir zaman, sınır açıldıktan sonra çok olumsuzluklar oldu. Bu köyde her olumsuz olayda, halk almıştır, askere teslim etmiştir. Bizim kulağımıza geldi ki, bazı olumsuz insanlar geçiyor, bu sefer köylü dedi ki, tamam biz de kontrol edelim. Otomatikman, kimseye danışmadan. Bu sefer herkes takip etti ve geçemediler. Hatta buradan gelip organize olmak isteyenler yakalandı. Biz burada ne sıfatla olursa olsun, 10 yaşında veya 15 yaşında bir çocuk dahi olsa, hoş geldin der, nereden geldin der, nerelisin, ne iş yapıyorsun der, yemin ediyorum kafasına takılırsa, kimlik sorar. Burada çok öyle oldu, sen kimsin ya asker değilsin kimlik soruyorsun! Ben tutup da teslim etmişim, bana kimlik vermediği için. Bizim özgürlüğümüzü kısıtlayıcı bir davranışı köyün içinde kimse cesaret edemez” (Erkek, 48, Üniversite Mezunu, Din Görevlisi).

Sınır bölgeleri güvenlik bölgeler olduğundan, sınırlar da bir güvenlik aygıtına bürünmektedirler. Sınırdaki yaşam, güvenliğin merkezde olduğu bir yaşam olarak tezahür etmektedir. Modern devletler, ulusun güvenliğini sınırlar vasıtasıyla sağlamaktadır. Ancak devletin sınır güvenliği, salt haritalara sınırlar çizilerek veya sınır bölgelerinde çeşitli güvenlik birimleri ve teknolojileri oluşturularak değil, aynı zamanda sınır bölgelerinde yaşayanların da güvenliğin sağlanması konusunda devletle benzer kaygıları, beklentileri ve yaklaşımları taşıması gerekmektedir. Bir diğer ifadeyle, sınır bölgelerinde yaşayanların sınırların güvenliğinden kendilerini sorumlu görmeleri ve bu süreçte milliyetçi ve devletçi reflekslere sahip olmaları, devletin sınır bölgelerindeki güvenlik sistemini oluşturmada önemli bir yere sahiptir. Sezgi Durgun’un da belirttiği gibi, devletin egemenlik ve hakimiyet ilanı sadece yerkürenin üzerinde bir toprağın sınırlarını çizip bir güvenlik sahası oluşturmak değil, o sınırlar içinde kalan mekanı da sosyal olarak dönüştürmek demektir (Durgun, 2011: 23). Sınır ve güvenlik hakkında Muratlı’da yaşayanların yaklaşımlarına bakıldığında, kendilerini devletin sınır muhafızları olarak tanımladıkları görülmektedir. Her ne kadar sınır muhafızlığı, devletin güvenlik birimlerini ilgilendiren bir terim olsa da, Muratlı halkı kendilerini sınırları korumakla mükellef gördükleri için, kendilerini sınır muhafızları olarak görmektedirler. Onlar için sınırdaki yaşam, sınırı korumakla eşanlamlıdır. Sınırı korumak, devleti korumakla, vatani korumakla, bayrağı korumakla ve daha da önemlisi namusu korumakla bir ve aynı anlama geldiğinden, sınırlar olmaksızın güvenli bir yaşam mümkün gözükmemektedir. Muratlı’da yaşayanlar, sınırdaki yaşamın sürekli tedbirli olmakla, nöbet tutar gibi sınırı denetlemekle ve sınır üzerinden kaçakçılık gibi yasadışı faaliyetleri önlemekle iç içe olduğunu belirtmektedirler. Bu anlayış, esasında sınırdaki yaşayanları devletin sınır bekçileri haline getirmekte ve sınırın güvenliğinden onları da sorumlu tutmaktadır. Bir diğer ifadeyle, sınırdaki yaşayanlar, devletin sınır bölgelerindeki gözü haline gelmekte ve bu göz, sınırın güvenliğini sağlamak için bölgeyi sürekli kontrol etmek amacıyla izlemektedir. Muratlı’da yaşayanlar, sınırın güvenliği konusunda, sınır bölgesinin coğrafi yapısının güvenliği sağlamada ciddi olumsuzluklar oluşturduğunu, bu sebeple de, bölgede güvenliğin sağlanmasında Muratlı halkının da birincil düzeyde

katkı sunduğunu belirtmektedirler. Ne kadar askeri önlemler alınırsa alınsın ve ne kadar güvenlik teknolojilerine başvurulursa başvursun, Muratlı'da yaşayanlara göre, sınırın güvenliğini sağlamak çok güç olduğu için, bu güçlüğü aşmada halk, sınırın güvenliğini sağlamayı kendisine görev saymaktadır. Böyle bir görev kapsamında, Muratlı halkı, sınır bölgesinde yabancı biri olduğunda kimlik tespiti yapmakta ve şüpheli biriyle karşılaşılması durumunda ilgili kişiyi güvenlik birimlerine teslim etmektedirler. Muratlı'da yaşayanlar açısından köye gelen kişi, hangi yaştan ve kimden olursa olsun, şayet şüpheli biriyse, bu kişinin kendi özgürlüklerini kısıtlayacağı ve zarar vereceği düşünmekte ve ilgili kişiyi güvenlik birimlerine vermektedirler. Güvenlik kavramının çok hassas ve bir o kadar en üst seviyede olduğu sınır bölgesinin bulunduğu coğrafi yapının güçlüğü, sınır bölgesinde yaşayan halkın sınır güvenliğinin sağlanmasında önemini daha da artırdığı gözlemlenmiştir. Bu açıdan, bu sınır bölgesinde yaşayanlar, devletin sınır muhafızları olarak kendilerini konumlamaktadırlar. Bu bağlamda, sınır bölgesinde yurttaş olmanın önemli bir koşulu ise, yasak ve kuralları içeren kanunlara bağlı olmanın yanı sıra, söz konusu sınırları korumayı da işaret etmektedir. Sınırları korumak, devletin sınır muhafızları olan yurttaşların sahip olduğu milliyetçi ve devletçi kimlikler temelinde şekillenmektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada, Türkiye-Gürcistan sınır bölgesinde yer alan Muratlı köyünde yapılmış alan araştırmasından elde edilen veriler üzerinden kimlik, milliyetçilik ve yurttaşlık sarmalında sınır olgusunu çok yönlü bir şekilde analiz edilmiştir. Yapılan çalışmada elde edilen sonuçları şu şekilde toparlamak mümkündür.

Sınırlar, kimlik inşa etmenin temel araçlarından birini oluşturmaktadır. Sınır bölgesinde yaşayanlar, sınırlar üzerinden bir aidiyet duygusu oluşturmakta ve ben ve öteki ya da biz ve onlar gibi kategorik kimliklere başvurarak kendi kimliklerini şekillendirmektedirler. Sınırlar, orada yaşayanların sahip olduğu değerlerin çerçevesini belirleyen, toplumlararası ilişkileri düzenleyen ve bu anlamda kendini ötekiyle karşılaştırmak suretiyle kimliğin başlangıç ve bitiş noktalarını tayin eden özellikleri içermektedir. Kimlik kavramının en çok sorgulandığı mekânlar olarak sınırlar, sınır bölgesinde yaşayanlar açısından toplumsal kimliklerin işaretleyicisi, taşıyıcısı ve araçlarıdır.

Kimlik inşasının tanımlayıcı ve tamamlayıcı araçlarından olan sınırlar, birer toplumsal kimlik olan milliyetçilik ve devletçiliğin de kurgulanmasında önemli bir yer tutmaktadır. Sınır bölgesinde yaşayanlar açısından bakıldığında, sınırların, vatan, ulus ve bayrak gibi milliyetçiliğin köşe taşlarını sembolize ettiği, ulus-devletin ideolojisiyle bütünleşmeyi sağladığı, milli kimliğin işaretleyicisi olduğu, bu açıdan da kutsallık hüviyetine sahip olduğu gözlemlenmiştir. Sıradan bir çizgi olmanın ötesinde, milliyetçi kimliğin içerdiği değerleri belirleyen

sınırların, bu kimliğe sahip insanlar açısından en üst değer olarak resmedildiği görülmüştür. Bu anlamda, milliyetçiliğin kimlik kurgusunun sınırlara dayalı olarak inşa edildiğinin somut yansımalarına ulaşılmıştır. Sınırlar, milliyetçilikle birlikte devletçilik ideolojisinin ve devletçi kimliğin de temel öğelerinden biri olarak işlev görmüştür. Sınırdaki yaşayanların gözünde devletin varlığını belirleyen sınırların, aynı zamanda devlete olan bağlılığı ve sadakati de şekillendirdiği görülmüştür. Sınırlar devletle eşdeğer olduğundan, devlete bağlılık ve sadakat, esasında sınırlara bağlılık ve sadakat olarak tezahür etmiştir. Bu açıdan sınırlar, sınırdaki yaşayanların devletçi kimliklerinin inşasında en temel unsur olarak ön plana çıkmıştır.

Sınırların, orada yaşayanların zihin ve tahayyüllerinde oluşturduğu temel imgelemlerden biri de, kuşkusuz yurttaşlıktır. Yurttaşlıkla ilişkisinde sınırlar, ulus-devletin yurttaşlık tasarımının sacayaklarından birini oluşturmakta ve bu tasarımı doğrudan şekillendirdiği görülmektedir. Ulus-devletin yurttaşlık tasarımı ise, sınırlara dayalı milliyetçi ve devletçi kimlikler temelinde gerçekleştirildiğinden, sınırdaki yaşayanların sınırla kurdukları irtibat, söz konusu kimliklerin inşası yoluyla mümkün hale gelmektedir. Muratlı'da yaşayanların sınıra yükledikleri anlamlar dikkate alındığında, sınır bölgelerinde yurttaş olmanın öncelikli olarak yasak ve kuralları içeren kanunlara saygılı ve bağlı olmayı gerektirdiği gözlemlenmektedir. Ulus-devletin yurttaş tasarımının somut bir yansımasını sınır bölgesinde görmek mümkündür. Diğer bir ifadeyle, kanunlara saygılı ve bağlı, sınırları muhafaza eden ve devletin sınırlarına sadakat gösteren bir yurttaş, ulus-devletin yurttaş tasarımının öbeğinde yer almaktadır. Yurttaşlık, kimliklerle, özellikle de devletçi ve milliyetçi kimliklerle iç içe olduğundan, sınırdaki yaşayanların sözü edilen kimliklere sahip olmaları, ulus-devletin ideal yurttaş tasarımını sağlamaktadır. Yurttaşların sahip oldukları kimlikler sınırlara dayalı olarak inşa edildiği için, sınırdaki yaşayanların devlete olan bağlılıklarıyla sınırlara yükledikleri aidiyet duygusu eşdeğer konumdadır. Zira sınırlar, orada yaşayanlara bir devletin var olduğunu ve bir kimliğe sahip olduklarını hatırlatmaktadır. Devletin egemenlik sahasını belirleyen sınırlar, aynı zamanda sınırdaki yaşayanların kimliklerini de çerçevelemektedir. Devletin sınırlara dayalı olarak oluşturduğu yurttaşlık ile yine aynı sınırlar üzerinden tanımladığı kimlikler, bir ve aynı değerdedir. Bu nedenle, sınırlar, hem ulus-devlet ideolojisine uygun devletçi ve milliyetçi kimliklerin inşasına katkı sunmakta, hem de yurttaşlık kimliğinin sınırlar vasıtasıyla tasarlanmasını sağlamaktadır.

Sınır bölgeleri, devletlerin güvenlik sahaları olmaları nedeniyle, bu bölgelerde güvenlik kavramı farklı anlamları ve tartışmaları içerecek boyuttadır. Modern devletler kendi egemenlik sahalarını belirleyen sınırların korunması için fazlasıyla sermaye harcamakta ve bu amaçla çok çeşitli kaynak, enerji ve araç temin etmektedir. Bütün bunlar, içerideki nüfusu kontrol etmek olduğu kadar, sınır üzerinden gerçekleşen insan hareketliliğini de denetlemeye yöneliktir. Özellikle sınır üzerinden yasadışı insan hareketliliğini engellemek amacıyla modern devletler, en ileri düzey güvenlik teknolojilerine başvurmakta ve sınırları güvenliğin kaleleri olarak tanımlamaktadır. Bazı sınır bölgelerinin coğrafi

yapısının kontrol ve denetimi güçleştirdiği düşünüldüğünde, güvenlik kavramının bu bölgelerde daha fazla önem arz ettiği gözlemlenmektedir. Muratlı'da yaşayanların ifadelerine de yansıdığı kadarıyla, Türkiye-Gürcistan sınır bölgesi de sınır güvenliğini sağlama konusunda çok farklı zorluğu içinde taşımaktadır. Ancak modern devletler, her ne kadar sınır güvenliği için gerekli önlemler alsın da, sınır bölgelerinde yaşayanların sosyal dönüşümünü sağlayamadığı takdirde, güvenliğin sağlanması mümkün gözükmemektedir. Bu açıdan sınır bölgesinde yaşayanların da sınırın güvenliğinden kendilerini muaf görmemeleri gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle, sınırın güvenliği, devletin olduğu kadar toplumun da sorumluluk alanına girmektedir. Bu bağlamda, Muratlı'da yaşayanlar, sınırın korunmasından kendilerini sorumlu gördükleri için, sınırı korumak amacıyla kendilerini devletin sınır muhafızları olarak görmektedirler. Çünkü orada yaşayanlara göre, sınırı korumak, devleti korumak, bayrağı korumak, vatani korumak ve ulusu korumak olarak anlaşıldığı için, sınırlar olmadan güvenli bir mekândan bahsetmek olanaksızdır. Bu sebeple, sınırda yaşamak, sınırı korumakla aynı anlamı taşımaktadır. Muratlı'da yaşayanların da vurguladığı gibi, sınırda yaşam, sürekli tedbirli olmayı, aralıksız sınır bölgesinin orada yaşayanlar tarafından kontrol edilmesini ve beşeri hareketliliğin gözetlenmesini içermektedir. Bu açıdan sınır bölgesinde yaşayanlar, devletin sınır muhafızları olarak kendilerini konumlamakta ve bu anlamda bu bölgelerde devletin sınır gözü olarak yer almaktadırlar.

Bir bütün olarak bakıldığında, bu çalışmanın yapıldığı Muratlı köyünde yaşayanların sınırla kurdukları irtibat ve sınıra yükledikleri farklı anlamlar, sınırların, iki ülkeyi birbirinden ayıran fiziksel hatlar olmanın ötesinde, toplumsal ilişkilerin ve etkileşim sahalarının şekillendirdiği, bireylerin, grupların ve toplumların sınır aracılığıyla kimliklerini inşa ettikleri ve ulus-devletlerin politik ve kültürel sahalarının kesişmesini sağlayan mekânlar olduğu anlaşılmıştır. Bununla birlikte, sınırların, salt devletin egemenlik alanlarını işaretleyen hatlar değil, aynı zamanda toplumsal yeniden yapılandırıcı ve farklı toplumsal kimlikleri kurgulayan aygıtlar olduğu görülmüştür. Sınırların kimlik tanımlamada ve kimliğin inşasını sağlamada önemli rol ve işlevleri bünyesinde taşıdığı, daha özelde ise, milliyetçilik ve devletçilik gibi kimliklerin sınır üzerinden nasıl kurgulandığı, benzer şekilde yurttaşlık kimliğinin de sınırlar vasıtasıyla tasarlandığı ortaya çıkmıştır. Sınırların ulus-devletin yurttaşlık anlayışının köşe taşlarından biri olduğu ve sınırda yaşayanların sınırın güvenliğini sağlama konusunda kendilerini devletin sınır muhafızları olarak konumladıkları da ortaya çıkan diğer önemli bir sonuçtur. Neticede, sınırlar, kimliklerin, daha özelde ise, milliyetçi, devletçi ve yurttaşlık kimliklerinin kopmaz bir bağımlı oluşturucu araçlar olması açısından bir sosyolojik imgeleme sahiptir.

KAYNAKÇA

- Akyüz, L. (2012). Bir sınır kasabası olarak Hopa: Sınırın ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerinin analizi. Uğur Biryol (Der.), *Karardı Karadeniz* içinde (ss.75-116), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Alpman, P. S. (2018). Sosyal teorinin konusu olarak kimlik: Sosyal inşacı yaklaşım. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 1-28.
- Anderson, B. (2014). *Hayali cemaatler: Milliyetçiliğin kökenleri ve yayılması*. İskender Savaşır (Çev.), İstanbul: Metis Yayınları.
- Anık, M. (2012). *Kimlik ve Çokkültürcülük Sosyolojisi*. İstanbul: Açılım Kitap Yayınları.
- Aşkın, M. (2007). Kimlik ve giydirilmiş kimlikler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 213-220.
- Aydoğdu, H. (2004). Modern kimlikte öznenin ölümü. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10, 115-147.
- Bilig, M. (2002). *Banal milliyetçilik*. Cem Şişkolar (Çev.), İstanbul: Gelenek Yayınları.
- Calhoun, C. (2012). *Milliyetçilik*. Bilgen Sütçüoğlu (Çev.), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çaha, Ö. (2003). *Aşkın devletten sivil topluma*. İstanbul: Gendaş Kültür Yayınları.
- Danış, D. & Aksel, D. B. (2014). Sınır yönetiminde devlet ve yeni idare biçimleri: Türkiye-Irak sınırı. Didem Danış & İbrahim Soysüren (Der.), *Sınır ve sınır dışı: Türkiye'de yabancılar, göç ve devlete disiplinlerarası bakışlar* içinde (ss. 67-99), Ankara: Notabene Yayınları.
- Demir, O. Ö. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Kaan Böke (Edt.), İstanbul: Alfa Yayınları.
- Donnan, H. & Wilson, T. W. (2002). *Sınırlar: Kimlik, ulus ve devletin uçları*. Zeki Yaş (Çev.), Ankara: Ütopya Yayınları.
- Durgun, S. (2011). *Memalik-i şahane'den vatan'a*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Erözden, O. (2013). *Ulus-Devlet*. İstanbul: On İki Levha Yayınları.
- Gellner, E. (2008). *Uluslar ve ulusçuluk*. Büşra Ersanlı & Günay Göksu Özdoğan (Çev.), İstanbul: Hil Yayınları.
- Gellner, E. (2013). *Milliyetçiliğe bakmak*. Simten Çoşar, Saltuk Özertürk ve Nalan Soyarik (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.

Genç, D. (2014). Türkiye'nin yabancıların hareketliliğine ilişkin sınır politikası. Didem Daniş & İbrahim Soysüren (Der.), *Sınır ve sınırdışı: Türkiye'de yabancılar, göç ve devlete disiplinlerarası bakışlar* içinde (ss. 41-66), Ankara: Notabene Yayınları.

Gerim, G. (2017). Çağdaş yurttaşlığı kavramak: Temel yaklaşımlar, yeni boyutlar ve yeni bir yurttaşlık çerçevesi. *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, (56), 155-182.

Giddens, A. (2008). *Ulus-Devlet ve şiddet*. Cumhur Atay (Çev.), İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Gözübüyük-Tamer, M. (2014). Kimlik/lerin seyrine bir keşif. *Folklor/Edebiyat*, 20 (71), 83-99.

Green, S. (2014). Sınır araştırmaları: Alanla ilgili bazı düşünceler. Sınırlar ve Türkiye'de sınır çalışmaları. *Toplum ve Bilim*, (131), 32-44.

Gürcistan Dostluk Derneği. <http://www.gdd.org.tr/koydetay.asp?id=222>, Erişim Tarihi: 24.02.2019.

Hayes, C. J. H. (2010). *Milliyetçilik: Bir din (Batı siyasal düşüncesinde ulusalcılık tasavvuru)*. İstanbul: İz Yayınları.

Hobsbawm, E. J. (2010). *Milletler ve milliyetçilik: Program, mit, gerçeklik*. Osman Akınhay (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Jaffrelot, C. (2018). Bir milliyetçilik kuramı için. Alain Dieckhoff & Christophe Jaffrelot (Yay. Haz.), Devrim Çetinkasap (Çev.), *Milliyetçiliği yeniden düşünmek: Kuramlar ve uygulamalar* içinde (ss. 23-82), İstanbul: İletişim Yayınları.

Jenkins, R. (2008). *Social identity*. London and New York: Routledge.

Kadıoğlu, A. (2012a). Vatandaşlık: Kavramın farklı anlamları. Ayşe Kadıoğlu (Haz.), *Vatandaşlığın dönüşümü: Üyelikten haklara* içinde (ss. 21-30), İstanbul: Metis Yayınları.

Kadıoğlu, A. (2012b). Vatandaşlığın ulustan arındırılması: Türkiye örneği. Ayşe Kadıoğlu (Haz.), *Vatandaşlığın dönüşümü: Üyelikten haklara* içinde (ss. 31-54), İstanbul: Metis Yayınları.

Karabağ, S. (2014). *Jeopolitik açıdan sınırlar*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Karakaş, M. (2015). *Modernlik, küreselleşme ve Türkiye'nin kimlikler evreni*. İstanbul: Küre Yayınları.

Kayan, R. (2016). *Vahyin gölgesinde kimlik inşası*. İstanbul: Çıra Yayınları.

Kedourie, E. (1971). *Avrupa'da milliyetçilik*. M. Haluk Timurtaş (Çev.), Ankara: Milli Eğitim Basımevi.

Köylerim, (2019). <http://www.koylerim.com/artvin-borcka-muratli-koyu-286255h.htm>, Erişim Tarihi: 24.02.2019.

Korkut, L. (2014). Siyasi kimlik olarak vatandaşlık: Türkiye'de ve dünya devletlerinde anayasal vatandaşlık tanımları. *İstanbul Medipol Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 1 (2), 5-41.

Marques-Pereira, B. (2009). Yurttaşlık. Gülnur Acar-Savran (Çev.), *Eleştirel feminizm sözlüğü* içinde (ss. 315-318), İstanbul: Kanat Yayınları.

McCrone, D. (1998). *The Sociology of nationalism*. London and New York: Routledge.

Mollaer, F. (2014). *Kimlik politikaları: Tanınma, özdeşlik ve farklılık*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Neuman, W. L. (2012). *Toplumsal araştırma yöntemleri: Nitel ve nicel yaklaşımlar I-II*. Sedef Özge (Çev.), İstanbul: Yayıncı Yayınları.

Özbey, K. (2017). Bir sosyolojik olgu olarak sınır: Türkiye-Gürcistan sınırı örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, (59), 375-395.

Özbey, K. (2018). *Sınır kapitalizmi: Gürcistan'dan Türkiye'ye güneybirlik işgücü göçü*. Ankara: Siyasal Kitabevi Yayınları.

Özdemir, C. (2001). Kimlik ve söylem. *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 107-122.

Özkırımlı, U. (2016). *Milliyetçilik kuramları: Eleştirel bir değerlendirme*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Punch, K. F., (2011). *Sosyal araştırmalara giriş: Nicel ve nitel yaklaşımlar*. Dursun Bayrak & H. Bader Arslan & Zeynep Akyüz (Çev.), Ankara: Siyasal Kitabevi Yayınları.

Saybaşı, N. (2011). *Sınırlar ve hayaletler: Görsel kültürde göç hareketleri*. Bülent Doğan (Çev.), İstanbul: Metis Yayınları.

Saygılıgil, F. (2014). Kadın yurttaş olmak. Ayşe Durakbaşa & N. Aslı Şirin Öner & Funda Karapehlivan Şenel (Der.), *Yurttaşlığı yeniden düşünmek: Sosyolojik, hukuki ve siyasal tartışmalar* içinde (ss. 265-276), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Smith, A. D., (2010). *Milli kimlik*. Bahadır Sina Şener (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.

Smith, A. D. (2013). *Milliyetçilik: Kuram, ideoloji, tarih*. Ümit Hüsrev Yolsav (Çev.), Ankara: Atıf Yayınları.

Spencer, P. & Wollman, H. (2002). *Nationalism: A critical introduction*. London: Sage Publications.

Taşdemir, N. (2018). Ulusal kimliğin sınırlarını tanımlama biçimleri ve Türkiye'ye gelen Suriyeli sığınmacılara yönelik tutumlar. *Türk Psikoloji Yazıları Dergisi*, 21, 3-18.

Taşkın, A. (2014). Türkiye'de haklar ve ödevler açısından yurttaşlık algılaması: Bir ölçek çalışması. Ayşe Durakbaşı & N. Aslı Şirin Öner & Funda Karapehlivan Şenel (Der.), *Yurttaşlığı yeniden düşünmek: Sosyolojik, hukuki ve siyasal tartışmalar* içinde (ss. 361-381), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Türkiye İstatistik Kurumu. (2019). *Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi*. <http://www.tuik.gov.tr>, (Erişim Tarihi: 09.03.2019).

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Yayın Geliş Tarihi: 21.01.2019

Yayına Kabul Tarihi: 29.03.2019

Online Yayın Tarihi: 19.12.2019

http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.515854

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1225-1247

ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

SIRTÇANTALILARIN KAÇIŞ DENEYİMİ: AKIŞ KURAMI YAKLAŞIMI

Ceren İŞÇİ*

Berrin GÜZEL**

Öz

Sırtçantalı hareket, turizm endüstrisi açısından önemli ve sürekli yükselen bir pazar olarak görülmektedir. Sırtçantalıların kitle turistinden farklı olarak, seyahatleri sırasında olağanüstü, yoğun bir deneyim olan akışı yaşadıkları, kendilerini mekânlara kaptırdıkları, zaman kavramını kaybettikleri, yüksek odaklanma, eğlence, merak hissi duydukları bilinmektedir. İlgili alan yazında, akış deneyiminin aynı zamanda önemli bir sırtçantalı motivasyonu olarak görülen kaçış deneyimine etkileri kuramsal olarak tartışılmış olsa da ölçülmemiştir. Mevcut çalışma, akış ve kaçış arasındaki bu ilişkiyi ölçmeyi amaçlamıştır. Araştırmada anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anketler sırtçantalıların üye oldukları çeşitli çevrimiçi platformlardan toplanmıştır. Veri toplama süreci sonunda analiz edilebilir 231 anket formu elde edilmiştir. Akış ve kaçış deneyimlerini merkezine alan teori, yapısal eşitlik modeli ile test edilmiş, modelin iyi uyum endeksleri ürettiği ortaya çıkmıştır. Araştırma sonucunda eğlence/merak, odaklanılmış dikkat, zamanın kaybolması olmak üzere üç alt faktörden oluşan akışın, kaçış deneyimini pozitif yönde etkilediği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sırtçantalılar, Kaçış, Akış Kuramı, Turistik Deneyim.

BACKPACKERS' ESCAPE EXPERIENCE: FLOW THEORY APPROACH

Abstract

Backpacking is an essential and rising market in the tourism industry. Other than mass tourists, it is known that backpackers have an extraordinary, intense experience during their vacations, immerse themselves to places/destinations, lose their sense of time, have a high concentration and sense of joy and curiosity. Although the effects of flow experience which is one of the primary motivations for backpackers on escape experience is discussed theoretically in the literature, it is not measured. The present study aims to measure the relationship between flow and escape experiences. Survey technique is used to

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

İşçi, C. & Güzel, B. (2019). Sırtçantalıların kaçış deneyimi: Akış kuramı yaklaşımı. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1125-1147.

* Dr. Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ORCID: 0000-0002-5712-1482, ceren.isci@hotmail.com

** Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Yiyecek İçecek İşletmeciliği Bölümü, ORCID: 0000-0002-9507-3434, berringuzel@hotmail.com

gather data and the data is gathered from various online platforms which backpackers are members of. Among the obtained data, 231 questionnaires were analyzed. The theoretical model which focused on the flow and escape experiences is tested using structural equation modelling, and the model had good fitting indices. As a result of the study, flow which had enjoyment/curiosity, focused attention, distortion of time dimensions, affected the escape experience positively.

Keywords: Backpackers, Escape, Flow Theory, Touristic Experience.

GİRİŞ

Cohen (2003) sırtçantalıları, 1960 ve 1970’lerde yaygın şekilde dünyayı tek başına dolaşan yabancılaşmış bireyler olan “drifter”lar ve son zamanlarda artan sayılarda sıklıkla kullanılan güzergâhları izleyen genç gezginler olarak tanımlamıştır. Hampton (1998), sırtçantalı kavramındaki gelişime dikkat çekmiş ve büyük ölçekli endüstriyel turizmin tersi olarak tanımlanan “craft turizm” ile birlikte “drifter”, “wanderer”, “budget traveller” ve son zamanlarda da “backpacker” kelimelerinin kullanıldığını belirtmiştir. Drifter için dolaşmak bir model ise bu kişiler de sırtçantalılar için model olmuştur. Ancak modern sırtçantalılar 1970’lerin drifter, sapkın (drifter) veya kaçak (escape) tanımlarından farklıdır. Bunlar ait oldukları toplumun geleceğinde önemli yerlerde görev alacak, geçici süre ile refah ortamından uzaklaşan ancak yine de kesin bir şekilde “normal” hayatına geri dönecek olan kişilerdir. Bu anlamda geri dönüşe dair uçak biletlerinin tarihleri belirlenmiştir (Sorenson, 2003). Ancak yine de tüm açıklama ve tanımlamalara rağmen O’Reilly (2006) herkesin kendini sırtçantalı olarak kabul etmediğini; kendini sırtçantalı olarak kabul edenlerin de aynı tanımlı kullanmadığını belirtmiştir. Farklı bir yönde, Richards & Wilson (2003) yalnızca gençlerin kendilerini sırtçantalı olarak tanımladığını, daha yaşlıların seyahatçi/gezgin olmayı tercih ettiğini belirtmektedir (akt. O’Reilly, 2006). Her ne kadar drifter, sırtçantalı için ön model olarak kabul edilse de sırtçantalıların çok azı seyahatlerinde otantik deneyimleri fark etmekte veya bu deneyimlere ilgi göstermektedir. Muzaini (2006) otantik deneyimler için sırtçantalıların taktiksel davrandıklarını belirtmiştir. Örneğin sırtçantalılar çoğunlukla Avrupa mutfağının sunulduğu restoranlar yerine yerel halkın tercih ettiği restoranlara gitmekte; alışveriş için ise pahalı ve sınırlı sayıda tasarımın az olduğu turistik pazarlar yerine yerel pazarları tercih etmektedir. Maoz (2007) sırtçantalıların kültürden etkilendiğini ve farklı deneyimlerin risk olarak görülebileceğini belirterek Hofstede’nin kültür boyutlarından belirsizlikten kaçınma ile açıklanabileceğini belirtmiştir. Diğer yandan drifter kendini sıradan bir turistten ayırarak gerçekten otantik mekânlar ve insanlara ulaşma konusunda çaba sarf etmekte ve otantik görünen ancak aslında gerçekten otantik olmayan yerlere karşı da turistik bir pişmanlık hissetmektedir (Cohen, 2003).

Sırtçantalıların tanımlanmasına yönelik olarak Bradt (1995) beş temel özelliği ortaya koymuştur. Buna göre sırtçantalılar, günlük ortalama 15 doların altında harcama yapmakta, yerel ulaşım kullanmakta, tüm eşyalarını sırtında taşımakta, satıcılar tarafından yüksek fiyatlı alışveriş yapmamak için pazarlık yapmakta ve kalabalıklardan uzaklaşarak yeni yerler keşfetmektedir (akt. Hampton, 1998). Uriely vd. (2002) ise bu özellikleri üç başlık altında toplamıştır. İlki, “*yolda olma süreci*”dir. Bu süre ay ve hatta yıl ile ölçülmektedir. Sırtçantalıların ortalama seyahat süresi 2.5-18 ay arasında değişmekte ancak çoğunlukla 4-8 ay sürmektedir (Sorenson, 2003). Harman (2012)’a göre ise bu süre 6 aydan daha kısadır. Sırtçantalıların seyahat süresinin uzun olmasını Majstorovic vd. (2013) yıl içerisinde çoğunlukla bir defa seyahat edilmesinden kaynaklandığını belirtmektedir. İkinci özellik, “*seyahat şekli*”dir. Bu özellik oldukça düşük bir bütçe ile seyahati içermektedir. Bu iki özellik biçim ile ilişkilidir. Üçüncü ve en önemli özellik ise “*seyahatin amacına yönelik olması*”dır. Geleceğe dair asgari düzeyde planlama, belli bir zaman çizelgesinin olmaması ve her türlü güzergâh değişimine açıklığı ifade etmektedir (akt. O’Reilly, 2006).

O’Reilly (2006) insanların dışarıda ne olduğunu hayal ederek motive olduklarını, sırtçantalıların da daha egzotik veya daha gerçek bir yaşam olarak adlandırabilecekleri özgün bir deneyim aradıklarını belirtmiştir. Nitekim Kerry (2013) sırtçantalıların bu “deneyimleme” sonucunda da “aydınlanarak” ve “dönüşerek” evlerine döndüklerini ifade etmiştir. Adkins & Grant (2007) insanların keşif duygusu ile birlikte sırtçantalı deneyiminin genellikle hayatın dönüm noktalarında gerçekleştiğini belirtmektedir. Bu anlamda bir yaşam döneminin sonu ve diğer yaşam döneminin başlangıç noktasını oluşturan deneyim ile insanlar gündelik zorunluluklarından kopmakta ve risk alma, belirsizlik ve macera gibi davranışlar sergilemektedir.

Hampton (1998) sırtçantalı turizmin uluslararası kitle turizmine yönelik uygunsuz bir koşturmaya içinde bir aşama mı yoksa ayrı bir düzlemde ele alınıp değerlendirilmeli mi sorusunu sormaktadır. İlerleyen yıllarda gelişen bir pazar olarak değerlendirildiğinde (O’Reilly, 2006), Cohen (2003) mevcut araştırmaların Batılı sırtçantalılara odaklandığını, doğu ülkelerindeki sırtçantalıların araştırılmasını, sırtçantalıların zaman içerisinde büyümesi ve dinamiklerinin anlaşılması için önemli olduğunu belirtmiştir. Sorenson (2003) ise yersizlik, kısa süreli var olma, mekânsal hareket konularından ayrı olarak keyif alma gibi konuların anlaşılması gerektiğini belirtmiştir ki, sırtçantalılar bu kavramların içinde yer almaktadır. Motivasyon yönüyle ise Park vd. (2010) de kaçış deneyimi ile ilgili olarak kaçış deneyiminin yapısının anlaşılması gerektiğini vurgulamıştır.

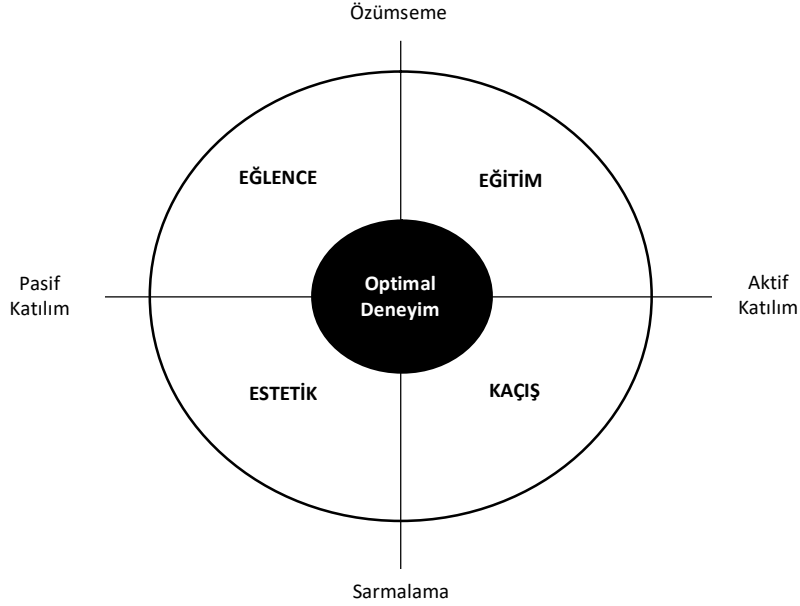
Bu çalışmanın temel amacı, sırtçantalılar için önemli bir deneyim olarak nitelendirilen kaçış deneyimi ve bu deneyim ile kuramsal bağa sahip olan akış deneyimiyle ilişkisini ortaya koymaktır. Akış kuramı, tüketim konusunda özellikle bilgisayar oyunları üzerine olan çalışmalarda ele alınmakta (Kwak vd., 2014; Voiskounsky vd., 2004), kişinin kendini tamamen farklı bir yerde farklı biri gibi

hissedebilmesi, birey olarak tüm zorluklarını gönüllü olarak yaşamak istemesi, gündelik yaşamından sıyrılıp farklı bir üst deneyim yaşaması çerçevesinde turistik deneyim olarak inceleyen çalışmaların sayısı oldukça kısırdır. Ayrıca her ne kadar, akış deneyiminin kaçış ve diğer deneyim türlerinin en yoğun olarak yaşandığı noktada meydana geldiğini belirten birtakım çalışmalar olsa da (Oh vd., 2007; Groudis & Pederson; 2010), söz konusu ilişki ölçülmemiş, aralarındaki ilişkiyi kuramsal olarak betimlemekle yetinilmiştir. Dolayısıyla literatürde ilişkiyi ölçerek açıklayan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Mevcut çalışma, akış ve kaçış deneyimlerinin ilişkisini ölçmeyi hedeflemektedir.

LİTERATÜR

Pine & Gilmore (1998)'a göre, bir deneyim birkaç farklı boyutta turistlerin ilgisini çekebilmektedir. Bu boyutlar yatay ekseninde *katılım* ve dikey ekseninde *bağlantı*dır. Yatay ekseninde yer alan katılım, aktif ve pasif olarak iki uçtur. Pasif katılımı, katılımcılar olaya doğrudan etkide bulunmamakta, katılımcı olay içerisinde sadece izleyici veya gözlemci olarak yer almaktadır. Aktif katılımı ise katılımcı olaya doğrudan etkide bulunmaktadır. Dikey ekseninde yer alan bağlantı veya ortam ilişkisi türünde özümseme ve sarmalama iki uçtur. Özümsemede, katılımcının zihni deneyimi akla getirmekte, sarmalamada ise katılımcı fiziksel veya sanal olarak deneyimin bir parçası olmaktadır. Dikey ve yatay eksenlerin uç noktalarının kesişimi ile ortaya çıkan dört “alan” deneyimin *eğlence*, *eğitim*, *estetik* ve *kaçış* boyutlarını oluşturmaktadır. Buna göre eğlence ve estetik pasif katılım iken, eğitim ve kaçış aktif katılım deneyimleridir. Diğer yandan eğlence ve eğitimde özümseme gerçekleşirken, estetik ve kaçışta sarmalama gerçekleşmektedir (Pine & Gilmore, 1998) (Şekil 1). Ancak yine de bu dört alanın sınırları net olarak belirgin değildir (Oh vd., 2007; Radder & Han, 2015; Jurowski, 2009).

Şekil 1: Deneyimin Dört Alanı



Kaynak: Pine, J. P. & Gilmore, J. H. (1998). "Welcome to the Experience Economy", *Harvard Business Review*, July-August; s.102

Jurowski (2009)'ye göre, turistin katıldığı etkinliklerin deneyimi bu dört boyuttan birinde yer aldığını belirtirken, Iso-Ahola (1982) turizmi "kaçış-temelli" bir etkinlik olarak kabul etmektedir. Franklin (2003) ise Nietzsche'ye atfen turizmin aslında Batı'nın kapitalist toplumlarının iş ve eğitim ile birlikte bürokratik ve kültürel yapısından bir kaçış noktası olarak betimlemektedir. Dolayısıyla kaçış aslında turizmde kilit bir kavramdır (Park vd., 2010). Kaçış deneyimleri aslında gündelik rutin hayatın anlamsızlığı ve sıkıcılığından, seyahat etmenin kayıtsızlığına yönelik bir kaçış olmakta (Cohen, 1979) ve dolayısıyla da kişi kaçış duygusu sağlayan deneyimler aramaktadır (Cohen, 2010). Hatta turizm deneyiminin kendisinin kaçış olması, kavramı ve dolayısıyla herhangi bir turistik deneyimi sıradışı hale getirmektedir (Groudís & Pederson, 2010). Ancak Oh vd. (2007) bu sıradışı deneyimin sonunda rutine geri döneceğini de eklemektedir.

Kaçış deneyiminin daha açık şekilde tanımlanabilmesi için Oh vd. (2007) üç bileşenin açıklanmasını önemli bulmaktadır. Birincisi, birçok insan kendini gündelik hayatın rutinliğinden uzaklaştırmaktadır. Bu anlamda nereye gittiği ve ne yaptığı önemli değildir. Bu kişiler sadece uzaklaşmak istemektedir. İkincisi, belli bir destinasyona odaklı kaçıştır. İnsanlar gündelik yaşamın kaçışından bağımsız olarak, belli bir destinasyona kaçmak istemektedir. Ancak Park vd. (2010) turist deneyiminin belli bir destinasyon özellikleri tarafından önceden belirlenmediğini açıklamaktadır. Çoğunlukla seyahat motivasyonuna dayalı bir kaçış deneyimi elde etmektedir. Üçüncüsü ise kaçış deneyimini yönlendiren bir araç olan

destinasyondaki belli aktivitelere turistin aktif katılımıdır. Burada, gündelik hayattan kaçmak ve destinasyon seçmek ikincil karardır. Amaç, destinasyondaki aktivitelere aktif olarak sarmalayıp farklı bir kimlik veya karakter olarak motive olmaktır. Kaçışın sarmalama ve farklı karakter/kimliğe sahip olma bileşeni farklı turizm davranışlarına işaret etmektedir (Oh vd., 2007).

Sırtçantalıların aradıkları deneyimlere yönelik olarak motivasyonları incelenmiş ve yapılan çalışmalarda rahatlama, sosyalleşme ve öğrenme (Cao, 2013; Dayour vd., 2016; Harman, 2012; Larsen vd., 2011; Reichel vd., 2009) ile kaçış deneyimleri (Cao, 2013; Hsu vd., 2014; Larsen vd., 2011; Maoz, 2007; Pearce & Foster, 2007) deneyimleri ağırlıklı olarak yer almaktadır. Araştırmalardan Pearce & Foster (2007) sırtçantalıların arayışlarında öğrenme kavramını ele almış ve kişinin kendini tanıması, ülke ve kültürleri hakkında öğrenme/deneyimleme, sosyal amaçlar ve kaçış ile heyecan kavramının kendilerini motive ettiğini belirtmiştir. Reichel vd. (2009) ruhsal büyüme, modern yaşamdan uzaklaşmak, toplumdan uzaklaşmak, uyuşturucu kullanımını deneyimlemek, yeni yerler görmek ve eğlencenin temel motivasyonlar olduğunu saptamıştır. Larsen vd. (2011) çalışmasında kaçış, ego tatmini, kültür/bilgi edinme, sosyal güdü, lüks güdüsü ve rahatlama; Harman vd. (2013) ise deneyim arayışı, dünyayı tanıma, sosyalleşme, yaşam geçiş dönemleri, sakinlik arayışı, kimlik ve yeteneklerin güdüleyici olduğundan bahsetmektedir. Dayour vd. (2016) için kişilerin macera, öğrenme, sosyal ilişki kurma, yenilik, rahatlama ve kültür öğrenme motivasyonlarına sahip olduğunu belirtmiştir. Bu güdüleyicilerden farklı olarak Maoz (2007) sırtçantalıların motivasyonlarının dinlenmek ve hiçbir şey yapmamak olduğunu, bunun da bir “zihinsel mola” olarak kabul edildiğini belirtmiştir. Motivasyonlar arasında kaçış deneyimine yönelik olarak Hsu vd. (2014) gelişme ve merak ile birlikte kaçışın güdüleyici olduğundan bahsetmiş; yenilenmek, rahatlama ve enerji depolamanın da kaçışın içinde yer aldığını açıklamıştır. Cao (2013) için kişiler sosyalleşme, beceri geliştirme, yeni insanlarla tanışma gibi motivasyonlardan ayrı olarak kaçış motivasyonu taşımakta, ancak bu motivasyonlar arasında kaçış en düşük güdüleyici olmuştur. Tüm bu farklı deneyim arayışlarına rağmen, Teas (1988)’a göre sırtçantalıların deneyim arayışında tezatlık vardır. Sırtçantalılar her ne kadar kendi “olaylarını” arıyor olsalar da aslında birçoğunun deneyimi birbirine benzerdir; benzer güzergahlar izlenmekte, neredeyse aynı kapalı grup içerisinde kalınmakta ve benzer aktivitelere bulunmaktadır (akt. Cohen, 2003).

İyi bir yaşamın temel direği sorgulandığında, Nakamura & Csikszentmihalyi (2009) bunu olumlu bir psikoloji içerisinde kişilerin mevcut anı yaşamaya yönelik deneyimin anlaşılmasının bu sorunun bir kısmını cevaplayabileceğini belirtmiştir. Hatta iyi bir yaşamı, kişinin yaptığı şeye kendini tamamen kaptırması ile tanımlamışlardır. Bu kendini kaptırma içerisinde yüksek konsantrasyon ve derin bir haz olması ile optimal deneyim gerçekleşmektedir ki kişinin bu deneyimden tamamen tatmin olması “akış” adı verilen bilinç durumu oluşturmaktadır. Bu deneyimde kişinin kendisini becerileri ve yeteneklerinin

sınırları doğrultusunda gönüllü olarak zorlaması durumu yer almaktadır. Bunların fiziksel olması da şart değildir. Örneğin en eğlenceli etkinlikler sıralamasında kitap okuma birinci sıradayken, başka insanlar ile birlikte olmak ikinci sıradadır (Csikszentmihalyi, 1990) ki bu gönüllülük de yapısı gereği turizm kavramı ile örtüşmektedir (Olalı ve Timur, 1988; Usta, 2002).

Akış kuramının özellikle odaklanmış dikkat, eğlence, merak ve zamanın kaybolması özellikleri ele alındığında, mevcut çalışmada akış deneyiminin boyutları olarak ele almak mümkündür. Bu çalışmada akış deneyiminin boyutları arasında yer alan bulunma hissi (telepresence) boyutu çalışmaya dahil edilmemiştir. Zira *bulunma hissi* kavramı Hoffman & Novak (1996: 54) tarafından “kişinin mevcut anda içinde bulunduğu fiziksel çevreden ziyade içinde olduğunu hissettiği boyut işlevi” olarak tanımlanmıştır ve çalışmanın kurgusuna uygun değildir. Zira çalışmada katılımcılar o an içinde buldukları fiziksel çevrede gerçekleştirdikleri bir deneyimden bahsetmektedir. Akış deneyiminin boyutlarından olan *odaklanmış dikkat*, Csikszentmihalyi (1975: 40) tarafından “kişinin eylemlerine odaklanmasını sağlaması için istenmeyen uyaranlara dikkatini vermesinden kaçınması” şeklinde tanımlanmıştır. Odaklanmış dikkat kavramı sırtçantalılar çalışması için uygun bir boyut olarak değerlendirilemeyebilir. Nitekim odaklanmış dikkati arttırmak için bir rekabet ortamının yaratılması önemlidir (Csikszentmihalyi, 1975), halbuki sırtçantalı deneyimi aslında çoğunlukla tek başına gerçekleştirilen bir eylemdir (Dayour vd., 2016; akt. Sorenson, 2003; Majstorovic vd., 2013). Ve bu deneyimin yapısında “yarış” veya tamamlanması gereken bir “görev” olgusu yer almamaktadır. Ancak yine de Csikszentmihalyi (1975) çalışmasında Dostoyevski’ye atfen önemli olanın “eylemin kendisinin” olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla, sırtçantalıların zihnini içinde bulunduğu yere ve buradaki etkinliklere odaklanması kişinin akış deneyiminin gerçekleşmesini sağlayacaktır. Buradan hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir;

H1: Odaklanmış dikkat, akış deneyimini etkilemektedir.

Bir deneyim içerisinde iken beklentilerin karşılanması ile gerçekleşen bir hoşnutluk duygusu vardır ve bu da keyif (pleasure) olarak adlandırılmaktadır. Bu hoşnutluğun daha üst düzeylerde karşılanması ise haz (enjoyment) olarak tanımlanmaktadır (Csikszentmihalyi, 1990). Bu haz duygusunda kişiyi bir eylemde bulunmaya yönelten dışsal motivasyondan ayrı içsel bir motivasyon ile kişinin gerçekleştirdiği eylemden keyif alması gerekmektedir (Csikszentmihalyi, 1975). Zira temelinde başarıma duygusu vardır (Csikszentmihalyi, 1990) ki bu başarıma duygusu da sırtçantalıların temel motivasyonlarından biridir (Reichel vd., 2009). Temelinde keyif duygusu olan turizm sektöründe (Franklin, 2003) kişinin eğlenmediği bir etkinlikten keyif almayacağı ve akış deneyimi yaşayamayacağı, tam tersine eğlenmesi durumunda da alacağı haz ile birlikte akış deneyimi yaşayacağı düşüncesinden hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir,

H2: Eğlence, akış deneyimini etkilemektedir.

Merak duygusu, bir kişinin bir destinasyonu ziyaret etmesinde en temel nedendir. Dolayısıyla kişi merak ettiği bir destinasyonu ziyaret etmektedir. Her ne kadar, Berlyne (1965) bu merakı kavramsal çelişki kavramı ile açıklamış ve karada yürüyen balığın insanın merakını çekebileceğini belirtmişse de Malone (1981) bu merak kavramını duysal (bir çevrenin ışık, ses veya diğer duysal uyarıcılarında dikkat çekici değerde meydana gelen değişiklik) ve bilişsel (kişinin bilgi yapısını daha iyiye götürme isteği) olarak ikiye ayırmıştır. Nihayetinde merak sırtçantalılar için destinasyonların gerçekliğini deneyimlemeye yönelik güçlü bir motivasyondur (Cao, 2013; Dayour vd., 2016; Larsen vd., 2011; Reichel vd., 2009). Chen vd. (2008)'in de merak olgusunu kişinin akış deneyimini arttıran bir boyut olarak tanımlamasından hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir;

H3: Merak, akış deneyimini etkilemektedir.

Zaman hissini kaybolmasını Novak vd. (2000: 27), “bir etkinlikle meşgul olurken zamanın hızlı aktığı algısı” şeklinde tanımlamıştır. Eylem esnasında zaman baskısının ortadan kalkması ile birlikte akış artmaktadır (Hoffman & Novak, 1996). Aynı zamanda bir konuya yoğunlaştırılan dikkat düzeyi, ki mevcut çalışmada seyahat etmek, zamanın geçişine yönelik algıyı da etkilemektedir. Zaman duyarlılığı olan eylemlerde, zamanın yavaş akması veya tam tersine zaman hassasiyetinin olmadığı etkinliklerde zamanın hızlı akması örnek olarak verilebilir. Nitekim zamanın geçtiği düşüncesi akış deneyimi esnasında da olmayacaktır (Pace, 2004). Sırtçantalılar açısından düşünüldüğünde, seyahat etmek gündelik yaşamdan ve onun yükümlülüklerinden uzaklaşmak ise gündelik yaşamın zaman baskısı ortadan kalkacak ve dolayısıyla zamana karşı bir duyarlılık olmayacaktır. Bu da kişinin akışa girmesinde etkili olacaktır. Bu noktadan hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir;

H4: Zamanın kaybolması akış deneyimini etkilemektedir.

Akış deneyiminde aktiviteler kişinin becerisi dahilinde oluşmaktadır ve dolayısıyla da bir eylemi gerektirmektedir (Csikszentmihalyi, 1975). Akışı oluşturan elemanlarda odaklanmış dikkat, zaman algısının kaybolması ve eğlence ile merakın kaçış deneyimine yol açtığı düşünülmektedir. Şöyle ki, sırtçantalının seyahati süresince zihnen gezindiği yerde ve dikkatinin de ziyaret ettiği yerdeki etkinliklerde olması ile etkinliklere kendini kaptırması durumunda kişi, gündelik hayatındakinden farklı bir yerde olduğunu düşünecektir. Nitekim gündelik hayatındakinden farklı bir yerde ve farklı etkinlikler deneyimlemesi kişiyi gerçek hayatından koparacak ve kendini farklı bir dünyada hissetmesini sağlayacaktır ki, bu kaçış deneyimine yol açacaktır.

Kişi, gündelik hayatından dışarı çıktığında, belli zaman dilimlerinde gerçekleştirdiği gündelik rutinlerini gerçekleştirmediği bir süreçte, zaman algısını kaybedebilmektedir. Örneğin, her sabah 7’de sabah kahvaltısını yapan bir insan, seyahat süresinde kahvaltı saatlerine dikkat etmeyebilir. Kahvaltı yapmayı

düşündüğünde ise farklı bir zaman diliminde olabilir. Bu durumda kişi, aslında seyahat süresince gündelik rutinlerinden uzaklaşmış olacak ve seyahate özel bir zaman dilimine geçmiş olacaktır. Bu da kişiyi gerçek dünyadan kopmasına ve gündelik hayatından da uzaklaşmasına neden olabilecektir. Diğer yandan, seyahat süresince eylemsizlik haricinde, zira Csikszentmihalyi (1975)'e göre akış deneyiminin temelinde eylemde bulunmak vardır, gerçekleştirdiği her eylemde akış deneyimlemesi ile birlikte yine gerçek dünyadan ve gündelik hayatından uzaklaşacaktır. Ziyaret ettiği yerin etkisi ile birlikte de kendinin farklı bir zamanda yaşadığı duygusuna kapılacaktır ki bu da kaçış deneyimi olacaktır.

Cohen (2010)'ne göre, kişinin akışta olması, geçici olarak kendinden kaçmasıdır. Oh vd. (2007) kişideki yoğun estetik ve/veya kaçış deneyimi içeren sarmalama ile akış durumundaki sarmalama arasındaki ilişkinin incelenmesinin gerekliliğini belirtmiştir. Buradan hareketle akış deneyiminin, güçlü bilişsel yeteneğe ve yüksek zorluğa olanak sağlayan özel ve toplam bir sarmalama durumu olduğu düşünüldüğünde (Fornerino vd., 2005), deneyim alanı içerisinde sarmalama hissini yaşadığı kaçış ve estetik deneyim alanlarının akış deneyimiyle ilişkili olabileceği düşünülmektedir (Oh vd., 2007). Nitekim, Oh vd. (2007) kavramsal olarak, estetik veya kaçış deneyimine sahip olunmasının, akışa yol açacağını veya akışı ile ilişkili olabileceğini belirtmiştir.

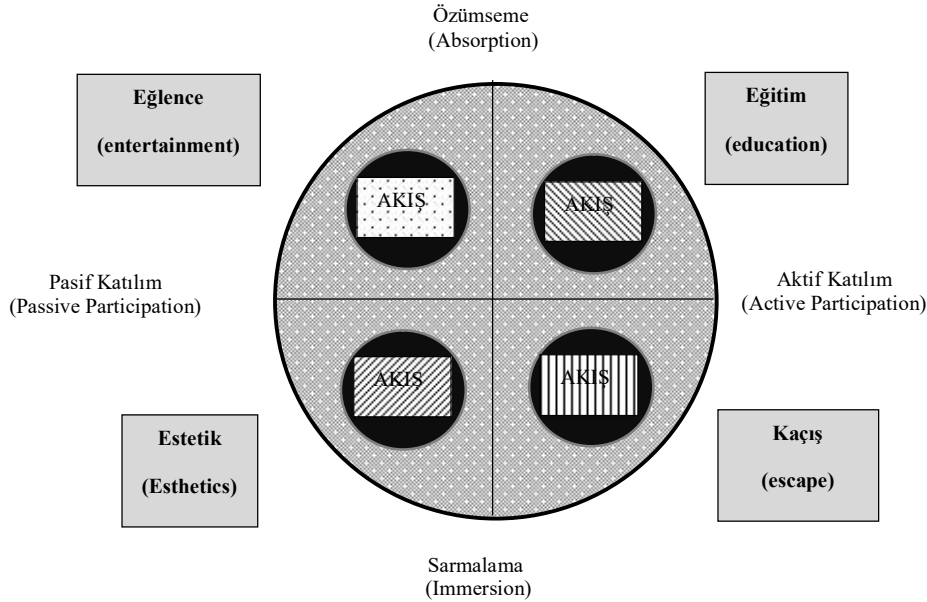
Estetik ve kaçış deneyimlerini içeren sarmalama optimal deneyimin başlangıcı olarak kabul edilmekte ve akış durumuna geçebilecek en derin boyut olarak görülmektedir (Pine & Gilmore, 1998). Ayrıca, sarmalama ile birlikte aktif katılım sağlayan kaçış deneyimi, optimal akış deneyiminin diğer boyutlarından daha yoğun şekilde ortaya çıkmaktadır (Groudis & Pederson, 2010). Canlılık, coşku ve yoğun haz duygusunun yaşandığı optimal deneyim, pasif ve rahatlatıcı dönemlerde gerçekleşmemektedir. Optimal deneyim için en uygun anlar, zor veya değerli bir şey uğruna gönüllü olarak zihin veya beden zorlandığı anlardır (Csikszentmihalyi, 1990).

Groudis & Pederson (2010) akış-kaçış ilişkisini inceledikleri çalışmalarında, deneyimin dört alanının kesişim noktası olan optimal deneyimi akış olarak tanımlamış ve dolayısıyla optimal bir deneyimin akış durumuna yol açacağını belirtmiştir. Eğlence ve eğitim deneyimlerinin sarmalama değil, özümseme içermesi nedeniyle ve akışın sarmalama yönü nedeniyle estetik ve kaçış deneyiminde akışın gerçekleşeceğini belirtmektedir. Ve hatta kaçış ve estetik deneyimlerinde akış deneyiminin gerçekleşeceğini belirtmektedir. Diğer yandan her kaçış deneyimi optimal deneyim midir? sorusunu “akışın ön göstergesi sarmalama olabilir fakat her sarmalama akış deneyimi/ aktivitesi yaratmayabilir” şeklinde yanıtlamaktadır. Aynı çalışmada, akış deneyiminin oluşabilmesi için sarmalama yanında yüksek konsantrasyon, öz bilinç kaybı, hedeflerin net olarak belirlenmesi, zamanın kaybolması, doğrudan ve hızlı geri bildirim, bireyin yaptığı işin/ faaliyetin zorluk derecesi ile yeteneklerinin dengede olması, kişinin kontrol hissi, özünde ödüllendirici gibi özelliklerin de olması gerektiği ifade edilmektedir.

Dolayısıyla, aslında kavramın temelinde yatan sorun kaçış deneyiminde akış ve sarmalama kavramlarının birbirinin yerine kullanılmasıdır. Ancak yine de bilinmelidir ki, sarmalama akışın öncülü olmakta, akış olarak tanımladıkları optimal deneyim aktiviteye sarmalanarak gerçekleşmektedir (Groudis & Pederson, 2010).

Deneyim türlerinden kaçış, turizm alanı içinde en özel olanıdır, çünkü yüksek katılım ve sarmalama içermektedir. Bu kaçış deneyimi akış deneyimine ulaşmada oldukça etkili bir alan olup, aynı zamanda diğer deneyim alanlarına kıyasla akış deneyimini tetikleme sıklığını arttırmaktadır (Groudis & Pederson, 2010). Şekil 2’de belirtildiği üzere akış deneyimi ile karşılaşılma sıklığı eğlence deneyiminden, kaçış deneyime gidildikçe artışı ve yoğunluk göstermektedir.

Şekil 2: Deneyim Alanlarında Akış Deneyimi



Kaynak: Gruodis, K. & Pederson, K. (2010). *Escaping Reality into Flow, Flow with Four Realms of Web-Based Virtual Experience* (Master Dissertation), Aalborg University, Tourism, s.52.

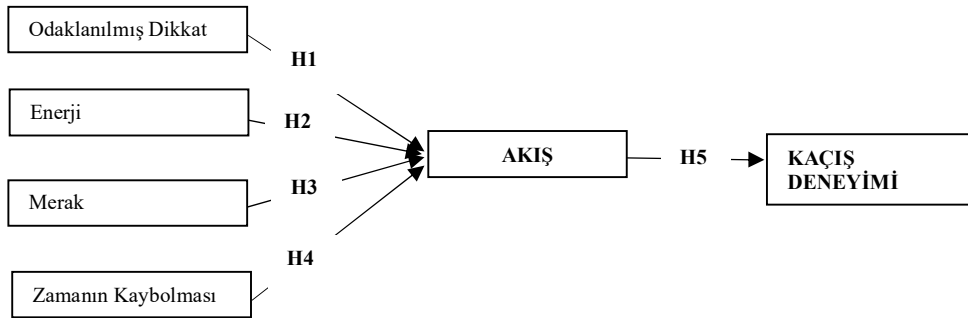
Akış durumunu kaçış deneyimine ulaşmak için gerekli katılım ve sarmalama durumuna eş tutulmaktadır. Ayrıca, seyahat etmenin kendisinin kişinin ilgisini çekmesi, bu eylemden keyif alması ve eylemi eğlendirici bulması, aslında seyahat eyleminin akış deneyimindeki ototelik doğasını yansıtmaktadır. Kişi, aslında belki de sonsuza dek sürmesini istediği bir eyleme yönelmektedir ki (Csikszentmihalyi, 1975), bu da kişinin geçici de olsa gündelik ve gerçek hayattan uzaklaşmasına ve kendini farklı bir dünyada hissetmesine yardımcı olacaktır. Zira söz konusu eylem, aslında sınırlı süreli gerçekleşecek ve kişi eylem sonuçlandığında gerçek hayatına geri dönecektir. Seyahat esnasında akış deneyimi

yaşayan kişinin yeni bir gerçekliğe geçiş yapması (Csikszentmihalyi, 1990) ile birlikte hem gerçek dünyadan hem de gündelik hayattan uzaklaşması ile birlikte kişi kendini farklı biri gibi hissedecektir. Belki de bu farklı kişi, kişinin gerçek kendisi olmasını da sağlayacaktır ki, nitekim sırtçantalılarda kişinin kendini bulması temel motivasyondur (Pearce & Foster, 2007; Reichel vd., 2009; Majstorovic vd., 2013). Tüm bunların sonucunda, kişiyi kavra(ya)mayan bir deneyimin, ki bu akış deneyimi olacaktır, kişinin kendisini ve gerçeğini unutmasına katkı sağlamayacaktır. Bu düşünce sisteminden hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir;

H5:Akış deneyimi, kaçış deneyimini etkilemektedir.

Sunulan hipotezlerden hareketle araştırma modeli yapılandırılmıştır. Modele göre, sırtçantalı turistler, seyahatleri esnasında odaklanılmış dikkat, enerji, merak ve zamanın kaybolması hisleri, akış deneyimlerini, akış deneyimi ise kaçış deneyimini etkileyecektir (Şekil 3).

Şekil 3: Hipotezlenen Araştırma Modeli



METODOLOJİ

Araştırmada anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket çevrimiçi olarak uygulanmış, bir web yazılımı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırma evreni, Türkiye'deki aktif sırtçantalı turistlerin yanı sıra potansiyel sırtçantalı turistleri de kapsamaktadır. Araştırma evreni "Türkiye'de sırtçantalı turistik deneyim ilgi alanlı sitelere üye olan aktif ve potansiyel sırtçantalı turistler" dir. Araştırma evrenin tam sayısı bilinmeyeceğinden, araştırmada tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden amaçlı örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Anket linki sırtçantalı gezginler-backpackers.TR, sırtçantalılar, Intertail Türkiye, Interrail Yardım Dükkânı vb. Facebook adreslerinde paylaşılmıştır. Ayrıca @sırtçantalılarTwitter adresi üzerinden takipçilerin anketi doldurması istenmiştir. Anket linki 10.06.2016 tarihinde aktif, 24.06.2016 tarihinde ise pasif hale getirilmiştir. Bu süre içerisinde analiz edilebilir 231 anket elde edilmiştir. Combey ve Lee (1992) faktör analizi için örneklem sayısının 200 olmasını uygun olarak değerlendirmektedir (akt. MacCallum vd., 1999). Bu gerekçe ile, elde edilen 231 birimlik veri seti yeterli görülmektedir.

Uygulanan anket üç ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde kaçış ölçeği, ikinci bölümde akış ölçeği, üçüncü bölümde ise demografik sorular yer almaktadır. Kaçış ölçeği Oh vd. (2007), akış ölçeği ise, Kwak vd. (2014) çalışmasından alınmıştır. Kaçış ölçeği (Oh vd., 2007) 6 ifade ile ölçülmüş, ölçeğin güvenilirliği ,85 olarak saptanmıştır. Akış ölçeği (Kwak vd., 2014) ise, her biri üç ifadeden oluşan odaklanılmış dikkat (focused attention $\alpha=,87$), eğlence (enjoyment $\alpha= ,95$), merak (curiosity $\alpha= ,95$), zamanın kaybolması (time-distortion $\alpha= ,89$) boyutlarından oluşmaktadır. Kwak vd. (2014) sosyal medyadaki akış deneyimi kapsamında bulunma hissi boyutunu da ölçmüştür. Ancak mevcut araştırmanın odağının turistik deneyim olması ve bulunma hissi ile turistik deneyim kavramlarının örtüşmemesi nedeniyle araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Ayrıca orijinal ölçekte yer alan eğlence boyutu 3 ifadeden oluştuğu halde, ikinci ve üçüncü ifadeler çeviride benzer ifadeler ürettiğinden (seyahat etmek bana keyif verir/ seyahat ederken keyif alırım) ölçüm aracından çıkarılmıştır. Ölçekler 5’li Likert tipinde olup, 1-Kesinlikle Katılmıyorum ve 5-Tamamen katılıyorum şeklindedir. Anket formunda ayrıca “Kendinizi sırtçantalı olarak tanımlar mısınız?” sorusu sorulmuştur. Bu soruya “evet” yanıtı verenlerin verileri analiz edilmiştir. Bu soru, araştırmanın ön kabulü niteliğindedir.

Araştırmada elde edilen verinin analizinde SPSS ve LISREL paket programlarından yararlanılmıştır. SPSS 20 programında demografik veri analizi, ölçeklerin güvenirlik analizleri, açıklayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Birinci ve ikinci düzey doğrulayıcı faktör analizleri (DFA) ise LISREL 8.54 programında uygulanmıştır. Doğrusal faktör analizi için kayıp değerler giderilmiştir.

BULGULAR

Araştırma da öncelikle demografik bulgular incelenmiştir (Tablo 1). Elde edilen verilere göre, katılımcıların %41,1’i (N=95) kadın, %58,9’u (N=136) erkeklerden oluşmaktadır. Yaş ortalamaları 26 ve son bir yılda ortalama seyahat sayısı 10 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 1: Katılımcı Profili

Değişkenler	Frekans (N)	%	Ortalama
Cinsiyet	Kadın	95	41,1
	Erkek	136	58,9
	Toplam	231	100
Yaş	Toplam	231	26
Son 1 yılda seyahat sayısı	Toplam	231	10

Soru formunda kullanılan ölçeklerin içinde bulunan ifadelerin iç tutarlılığının ölçüsü olan alfa katsayısı incelenmiştir. Lorcü (2015)’e göre, alfa katsayısının ,60 ve üzeri bir değer alması ölçeğin güvenilirliğini göstermektedir. Yapılan analiz sonucunda, araştırmada yer alan tüm ölçek ve ölçeklerin alt boyutlarının ,60 üzeri bir değer aldığı görülmektedir (Tablo 2). Zamanın

kaybolması ölçeğindeki üçüncü ifade (ZK3= seyahatlerim planladığımdan daha uzun sürer) çıkarıldığında alpha katsayısı ,530 değerinden ,893 değerine yükseldiğinden (Cronbach's alpha if item deleted) bu ifade ölçekten çıkarılmıştır. Bundan sonra gerçekleştirilen analizlerde bu ifade dahil edilmemiş, bu ölçekteki ifade sayısı ikiye indirilmiştir.

Tablo 2: Güvenirlilik Analizi Bulguları

	Cronbach's Alpha	İfade Sayısı
Kaçış	,762	6
Odaklanılmış Dikkat	,833	3
Eğlence	,899	2
Merak	,851	3
Zamanın Kaybolması	,893	2
Akış	,901	11

Araştırmada kaçış ve akış ölçeklerinin faktör yapısını belirlemek amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizinden (AFA) yararlanılmıştır. Öncelikle, verilerin faktör analizine uygunluğunu test etmek amacıyla KMO ve Barlett testleri yapılmıştır. Kaçış ölçeği için, KMO değeri ,795 ve Barlett testi χ^2 değeri 291,418 ($p < ,001$) (Tablo 3) akış ölçeği için KMO değeri ,848 χ^2 değeri 1642,427 ($p < ,001$) (Tablo 4) olarak saptanmıştır. KMO değerinin ,60'dan yüksek, Barlett testinin de anlamlı çıkması verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (İslamoğlu, 2011). Dolayısıyla her iki ölçeğin de (kaçış ve akış) faktör analizine uygun olduğu saptanmıştır.

Kaçış ölçeğinin ilk ifadesi (K1) “seyahat ederken farklı bir karaktere bürünürüm” tek başına bir faktöre yüklendiğinden analiz dışı bırakılıp, açıklayıcı faktör analizi tekrar edilmiştir. Bu ifade bundan sonra gerçekleştirilen analizlerde de kullanılmamıştır. Kaçış ölçeğinin AFA sonucunda toplam varyansın %53,160'ını açıklayan tek faktörlü yapı elde edilmiştir. Bu faktördeki maddelerin yük değerleri ,661 ile ,801 arasında değişmekte ve bu faktör toplam beş maddeden oluşmaktadır (Tablo 3).

Tablo 3: Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları: Kaçış Ölçeği

Faktörler ve faktörlere ait ifadeler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach's Alpha
<i>Faktör 1: Kaçış</i>		2,658	53,160	,772
K4 = Seyahat ederken gerçek dünyadan uzaklaşırım.	,801			
K6= Seyahat ederken kendimi farklı bir dünyada hissederim.	,797			
K5= Seyahat ederken gündelik hayatımı unutturum.	,706			
K2= Seyahat ederken farklı bir zamanda olduğumu hissederim.	,667			
K3 = Seyahat ederken kendimi farklı biri olarak hayal ederim.	,661			

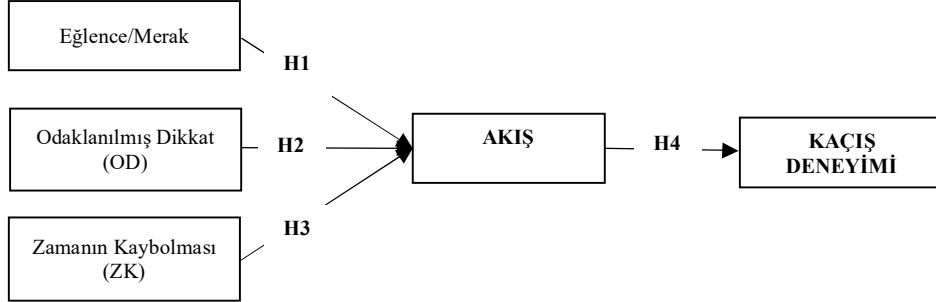
Kaiser Meyer Olkin Ölçek Geçerliliği ,795
Barlett Küresellik Testi Ki Kare 291,418
Sd 10
P değeri .000

Akış ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları değerlendirildiğinde (Tablo 4), toplam varyansın %78,288'ini açıklayan üç boyutlu yapının ortaya çıktığı ve bu yapılarla ilişkin maddelerin *enerji/merak* boyutunda ,708 ile ,870; *odaklanılmış dikkat* boyutunda ,766 ile ,847; *zamanın kaybolması* boyutunda ,880 ile ,918 arasında değiştiği görülmektedir. Bu veriler, üç faktörlü akış yapısında madde yüklerinin iyi düzeyde olduğunu göstermektedir. Ölçeğin alındığı Kwak vd. (2014)'nin çalışmasında, enerji ve merak boyutlarının iki ayrı faktör olduğu görülmektedir. Bu çalışmada bu iki boyut tek faktöre yüklenmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda bu faktörün enerji/merak olarak kalmasına karar verilmiştir. Diğer faktörler ölçeğin alındığı çalışmanın bulgularıyla benzerlik göstermektedir.

Tablo 4: Açıklayıcı Faktör Analizi Bulguları: Akış Ölçeği

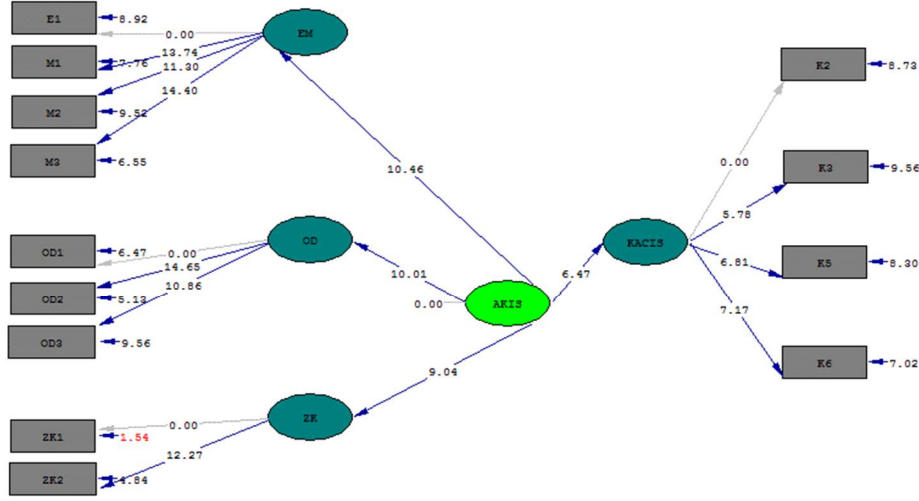
Faktörler ve faktörlere ait ifadeler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach's Alpha
<i>Faktör 1: Eğlence (E)/ Merak (M) =EM</i>				
M3= Seyahat etmek ilgimi çeker.	,870	3,567	35,670	,903
E2= Seyahat ederken keyif alırım.	,844			
E1= Seyahat ederken eğlenirim.	,807			
M1=Seyahat etmek beni meraklandırır.	,767			
M2=Seyahat etmek hayal gücümü geliştirir.	,708			
<i>Faktör 2: Odaklanılmış Dikkat (OD)</i>				
OD2= Seyahat ederken, zihnim gezdiğim yerdedir/ etkinliktedir.	,847	2,377	23,775	,833
OD1= Seyahat ederken tüm dikkatimi gezdiğim yere/ yerdeki etkinliklere veririm.	,847			
OD3= Seyahat ederken, gezdiğim yerlere/ etkinliklere kendimi kaptırıyorum.	,766			
<i>Faktör3: Zamanın Kaybolması (ZK)</i>				
ZK2= Seyahat ederken zamanın uçup gittiğini hissedirim.	,918	1,884	18,843	,893
ZK1=Seyahat ederken zaman çok hızlı geçiyor gibi gelir.	,880			
Toplam Varyans			78,288	,888
			<i>Kaiser Meyer Olkin Ölçek Geçerliliği</i>	,848
			<i>Barlett Küresellik Testi Ki Kare</i>	1642,427
			<i>Sd</i>	45
			<i>P değeri</i>	.000

Açıklayıcı Faktör analizi sonuçlarına göre, birleşen boyutlar göz önüne alınarak araştırma modeli revize edilmiştir (Şekil 4). Revize edilen araştırma modelinde, 4 hipotez sunulmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi, revize edilmiş yeni hipotezlerle gerçekleştirilmiştir.

Şekil 4: AFA Sonuçlarına Göre Revize Edilmiş Araştırma Modeli

E1, E2, M1, M2, M3 gözlenen değişkenleri *eğlence/merak (EM)* örtük değişkenine; OD1, OD2, OD3 gözlenen değişkenleri *odaklanılmış dikkat (OD)* örtük değişkenine; ZK1, ZK2 gözlenen değişkenleri *Zamanın Kaybolması (ZK)* örtük değişkenine, EM, OD, ZK örtük değişkenleri ise AKİS ikinci düzey örtük değişkene tanımlanmıştır. İkinci Düzey DFA uygulandıktan sonra, K2, K3, K4 ve K5 gözlenen değişkenleri ve KACIS örtük değişkeni modele dahil edilmiştir. Modelin düzeltme önerilerinde E2 ve K4 ifadeleri birden fazla ve farklı bir örtük değişkenle kovaryans hatası verdiği için modelden çıkarılmıştır. Çıkarılan değişkenlerle ölçek güvenilirlikleri tekrar kontrol edilmiştir (Tablo 5). YEM sonuçları Tablo 5’de ve Şekil 5’de verilmiştir. EM faktörüne ilişkin değişkenliğin en çok M3 ($R^2=0.89$), OD faktörüne ilişkin değişkenliğin en çok OD2 ($R^2=0.74$), ZK faktörüne ilişkin değişkenliğin en çok ZK1 ($R^2=0.90$), KACIS faktörüne ilişkin değişkenliğin en çok K6 ($R^2=0.51$) değişkeni tarafından açıklandığı tespit edilmiştir. KACIS bağımlı değişkeninin, bağımlı değişken AKİS’i % 44 açıkladığı belirlenmiştir.

Şekil 5: Yapısal Modelin T Değerleri



Araştırma modelinde sunulan hipotezler kabul edilmiş, Hipotez 1 ($R^2=,72$; $t=10,46$), Hipotez 2 ($R^2=,59$; $t=10,01$), Hipotez 3 ($R=,41$; $t=9,04$) ve Hipotez 4 ($R^2=,44$; $t=6,47$) istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur (Tablo 5).

Tablo 5: Araştırma Modeli İçin YEM Sonuçları

Faktörler/Maddeler	Standart Yükler	t- değeri	R ²	Hipotez Testi	α
Faktör EĞLENCE/MERAK (EM)		,871			
E1	0.78		0.61		
M1	0.85	13.74	0.72		
M2	0.72	11.30	0.52		
M3	0.88	14.40	0.78		
Faktör ODAKLANILMIŞ DİKKAT (OD)		,833			
OD1	0.85		0.72		
OD2	0.89	14.65	0.79		
OD3	0.67	10.86	0.45		
Faktör ZAMANIN KAYBOLMASI (ZK)		,893			
ZK1	0.95		0.90		
ZK2	0.85	12.27	0.73		
Faktör KACIS(K)		,697			
K2	0.60		0.36		
K3	0.50	5.78	0.25		
K5	0.64	6.81	0.40		
K6	0.71	7.17	0.51		
EM → AKIS	0.85	10.46	0.72	KABUL H1	
OD → AKIS	0.77	10.01	0.59	KABUL H2	
ZK → AKIS	0.64	9.04	0.41	KABUL H3	
AKIS → KACIS	0.66	6.47	0.44	KABUL H4	

Modelin uyum ölçüleri incelendiğinde, RMSEA=,058; NFI=,96; NNFI=,97; CFI=,98; GFI=,93; AGFI=,90 değerleri saptanmıştır. Bu değerler iyi uyuma işaret etmektedir. Ayrıca ki kare değerinin (x^2) serbestlik derecesine (df) bölünmesiyle ($108,67/61= 1,78$) bulunan oranın iki veya altında olması, modelin iyi uyum iyiliğine sahip olduğunu (Şimşek, 2007) göstermektedir (Tablo 6).

Tablo 6: Modelin Uyum Ölçütleri

UYUM ÖLÇÜTLERİ	MODELİN UYUM ÖLÇÜTLERİ
RMSEA	0.058
NFI	0.96
NNFI	0.97
CFI	0.98
GFI	0.93
AGFI	0.90

AGFI (Uyarlanmış uyum iyiliği indeksi- Adjusted Goodness-of-Fit-Index), **CFI** (Uyum iyiliği indeksi- Goodness-of-Fit-Index), **NFI** (Normlandırılmış uyum indeksi- Normed Fit Index), **NNFI** (Normlandırılmamış uyum indeksi- Nonormed Fit Index), **RMSEA** (Yaklaşık artık kareler ortalamasının kare kökü- Root Mean Square Error of Approximation)

TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Bu çalışmanın amacı, sırtçantalı olarak tanımlanan gezginlerin yaşadıkları akış deneyiminin kaçış deneyimlerini etkileyip etkilemediğinin belirlenmesidir. Araştırma sonucuna göre, sırtçantalıların akış deneyimleri kaçış deneyimlerini pozitif ve güçlü yönde etkilediği ortaya çıkmıştır. Önerilen teorik model iyi uyum endeksleri üretmiş, akış kuramının kaçış deneyimine adapte edilebilirliği kanıtlanmıştır.

Çalışmada, akış deneyimini ağırlıklı olarak eğlence/merak faktörünün açıkladığı belirlenmiştir. Bunu da sırasıyla odaklanılmış dikkat ve zamanın kaybolması faktörleri takip etmektedir. Sırtçantalılarda akış deneyimi ağırlıklı olarak eğlence/merak ile açıklanması mümkündür. Zira sırtçantalılar kendilerini gezgin olarak tanımlamaktadır (Richards & Wilson, 2003). Nitekim faktörü oluşturan ifadeler ağırlıklı olarak seyahat etmeye duyulan merak ve seyahat etmekten keyif alınmasına yöneliktir. Bu, kavramın hem merak duygusunun sırtçantalıların temel motivasyonu olması (Cao, 2013; Dayour vd., 2016; Larsen vd., 2011; Reichel vd., 2009), hem de keyif ile birlikte ele alındığında haz duygusu ile birlikte gerçekleşmektedir (Csikszentmihalyi, 1990). Ayrıca seyahat etmenin özünde yer alan merak, aslında eğlenceli eylem/aktivitelerin de merak edilmesi olarak da değerlendirilebilir. Ancak yine de mevcut çalışmada akış deneyiminde merak/eğlence boyutu içerisinde merak daha yoğundur. Nitekim kişi, merak ettiği bir konuda daha yoğun akış deneyimi yaşayacaktır. Benzer şekilde sırtçantalılar da merak temelli seyahat deneyimleri sürecinde akış yaşamaktadır.

Akış deneyimi kavramının ikinci boyutu odaklanılmış dikkattir. Odaklanılmış dikkat kişinin tüm zihni ve dikkati ile birlikte kendini eyleme vermesi olarak açıklanmaktadır (Csikszentmihalyi, 1975). Sırtçantalılar için

eylemin kendisi seyahat süreci ve etkinliklere kendini kaptırmasıdır. Boyutta yer alan ifadeler incelendiğinde de özellikle zihnin ve dikkatin gezdiği yere verilmesi ifadesi ağırlıklıdır. Dolayısıyla kişinin akış deneyimi içerisinde kendi zihnini ve dikkatini odaklaması önemlidir. Kişi seyahat esnasında zihnini, dikkatini bozacak hiçbir uyarana yönlendirmemekte ve seyahat eylemine odaklanmaktadır. Zira sırtçantalıların seyahatlerinin ağırlıklı olarak farklı kültürleri öğrenme motivasyonuna sahip olması da göz önüne alınmalıdır. Ancak, seyahat esnasında etkinliklere kendini kaptırması odaklanmış dikkat faktöründeki diğer ifadeler kadar yüksek değildir. Bu noktada kişinin seyahat esnasında karşılaştığı etkinliklere katılmayabileceği de düşünülmelidir.

Mevcut çalışmada elde edilen bulgular ile zaman baskısının ortadan kalkmasının akış deneyimini arttırdığını belirten Hoffman & Novak (1996) ile örtüşmektedir. Ancak bu boyut akış deneyimini en düşük düzeyde açıklamaktadır. Her ne kadar kişinin eylem esnasında zaman hissi kaybolursa da aslında zaman algısının hiçbir zaman kaybolmadığı da düşünülmelidir. Zira sırtçantalıların etkinliklere yoğun şekilde katılmadıkları düşünüldüğünde, bu kişiler zaman algılarını kaybettirecek bir yoğunlukta deneyim yaşamayabilirler. Ayrıca zaman algısı, belli bir programı yetiştirme telaşında olan kişiler için aslında kaybolmamaktadır. Her ne kadar sırtçantalıların esnek de olsa bir plan dahilinde seyahat ettikleri düşünüldüğünde, zaman algısı tamamen kaybolmamaktadır.

Mevcut çalışmada kaçış kavramını sırasıyla kişinin gerçek dünyadan uzaklaşması, kendini farklı dünyada hissetmesi ve gündelik hayatını unutması açıklamaktadır. Her ne kadar Cohen (1979) kaçışı gündelik rutinden uzaklaşmak olarak tanımlamışsa da sırtçantalılar için kaçış, gerçek dünyadan uzaklaşmaktır. Burada, kişinin gündelik rutin hayatından uzaklaşması ile gerçek hayatından uzaklaşması birbirinden ayrı olarak değerlendirilmelidir. Nitekim kişi gündelik bir rutininden uzaklaştığında, aslında kendi gerçek dünyasından uzaklaşmayabilir. Ziyaret edilen yerlerin kişinin rutin hayatının içindeki bir gerçeğin olmaması bu durumu açıklayabilir. Kendi yaşadığı yerden uzaklaşması ve yeni kültürler ile tanışması, kendini farklı bir dünyada hissetmesine neden olabilir. Kişinin kendini farklı bir zamanda ve farklı biri olarak hissetmesi ise kaçışı en düşük düzeylerde açıklamaktadır. Kişinin ziyaret ettiği ülkenin, kendi yaşadığı ülkeden farklı bir zaman boyutunu yaşayabilir. Ancak bahsedilen zaman boyutu ile ülkelerin coğrafi konumları nedeniyle yaşanan saat farklılıkları kastedilmemektedir. Ziyaret edilen ülkenin gelişmişlik ve kalkınmışlık düzeyleri ile birlikte fiziki çevre koşulları ve sosyal yapısının ülkenin gündelik yaşamına yansımaları kişinin kendini farklı hissetmesini etkileyebilmektedir. Ayrıca, kişinin zaman baskısının üzerinden kalkması ile birlikte kişi zaman algısını yitirebilir ve farklı bir zamanda hissedebilir. Son olarak sırtçantalıların seyahat motivasyonları içerisinde kendini tanıması (Pearce & Foster, 2007) ve seyahat ederek kendinden de kaçtığı düşünüldüğünde, kendini tanıma olanağı bulabilmekte veya farklı biri olarak hayal edebilmektedir.

İnsan ruhunun özünün deneyimlerden oluştuğu ve Iso-Ahola (1982)'nin de belirttiği üzere seyahatin de psikolojik bir deneyim olduğu düşünüldüğünde, Pine & Gilmore (1999) insanların kaçış deneyimi içerisinde özel bir yere gittikleri ve oradaki etkinliklere katıldıklarını belirtmektedir. Bu anlamda insanlar kaçış deneyimi içerisinde aslında *yapmak istediklerini* gerçekleştirmektedir (Pine & Gilmore, 1999). Nitekim, akış deneyiminin ototelik yapısı ve istek barındırması nedeniyle (Csikszentmihalyi, 1975) kişide kaçışa neden olmasını açıklayabilmektedir. Diğer yandan Groudis & Pederson (2010) sarmalama özelliği nedeniyle akış deneyiminin estetik ve kaçış deneyimine uygun olduğunu belirtirken, Pine & Gilmore (1999) estetik deneyimde katılımın pasif olduğunu vurgulamaktadır. Dolayısıyla sırtçantalıların hem seyahat etkinliğine aktif katılım sağlaması hem de seyahate sarmalanmaları nedeniyle akış-kaçış deneyimi yaşamaktadır. Ancak, yine de akış deneyiminin kaçış deneyimine etkisinde farklı etkenlerin olup olmadığı bilinmemektedir. Örneğin, kaçış deneyimi benzerinde, *bir yerde olmayı istemeyi* açıklayan estetik deneyiminin de (Pine & Gilmore, 1999) kaçış deneyimini etkileyip etkilemediği değerlendirilmelidir.

Çalışmada ayrıca, sırtçantalıların genel yaş ortalaması 26 olarak saptanmıştır. Elde edilen bu bulgu, literatür ile benzerlik göstermektedir (Panyadee & Wetpasit, 2018; Jensen & Hjalager, 2018). Nitekim Sorenson (2003) sırtçantalıların çoğunlukla 18-33 yaş arasında olduğunu ve bunlar arasında da yoğunluğun 22-27 yaş arasında olduğunu belirtmiştir. Bu da çoğunun ilk sırtçantalı geziye katılmadan önce eğitimlerini tamamladığını ve hatta birkaç yıl bir işte çalıştıklarını göstermektedir (Sorenson, 2003). Okul bittikten sonrasında ve işe başlamadan öncesindeki dönem için sırtçantalılar geziyi eğitimin üzerine koyarak kariyer için bakış açısını geliştirmektedir. Hatta özgeçmiş değerlendirmede seyahat sürecince edinilen deneyim ile birlikte işverenlerin aradığı özelliklerin de edinilmesi yönünde önemli görülmektedir (O'Reilly, 2006).

SINIRLILIKLAR

Çalışmanın birtakım sınırlılıklarını vardır. Bunlardan biri ve belki de en önemlisi, çalışmanın örneklemini oluşturan kitlenin kendini sırtçantalı olarak tanımlamış olmasına rağmen, bu tanımın literatür ile eşleşip eşleşmediğinin bilinmemesidir. Söz konusu kişiler SIRTÇANTALI adlı bir platform oluşturmalarına rağmen, literatürdeki tanım ile örtüşüp örtüşmediği bilinmemektedir. İkincisi, çalışma nicel bir çalışmadır. Kavramın daha net şekilde tanımlanmadığı ve motivasyonlarının net şekilde ortaya konulamadığı bir konuda nicel araştırma yapmak, sadece belli değişkenlerin incelenmesine olanak sağlaması nedeniyle, çalışmayı sınırlandırmaktadır. Ayrıca, örneklemin seyahate çıkma sıklığı ve tercih ettiği bölgelerin gerekçeleri bilinmemektedir. Bu anlamda benzer kültürleri mi yoksa farklı kültürleri mi tercih ettikleri ve bunun da deneyimin özellikle “öğrenme” boyutu ile ilişkisi ortaya çıkarılabilir. Nitekim, seyahat etmek ağırlıklı olarak öğrenme deneyiminin gerçekleştirilmesine yönelik olarak

düşünülmektedir. Diğer bir sınırlılık ise Reichel vd. (2009) tarafından da sınırlılık olarak belirtilen ex-post-facto durumu olmasıdır. Diğer bir ifadeyle kişilerin geçmiş deneyimlerine yönelik sorular sorulmuştur. Bu nedenle algı ve deneyime yönelik yanılsamalar olabilir.

GELECEK ÇALIŞMALARA ÖNERİLER

Çalışmanın gelecekte benzer konuda yapılacak diğer çalışmalar için önerileri yer almaktadır. Bunlardan biri nitel araştırma yöntemleri ile kavramın özellikle motivasyon ve gerekçelerinin araştırılmasıdır. Bu sayede her ne kadar Batılı sırtçantalıların motivasyonlarına yönelik bilgilere sahip olursa da doğu kültürlerinde bu yönde araştırmalar halen daha kısırdır. Diğer yandan Maoz (2007) çalışmasında ülkede yaşayan halkın Batılı olarak tanımlansa bile, ülkenin konumunun Ortadoğu'da bulunması nedeniyle aslında sırtçantalıların Doğulu veya Batılı olarak ayrıştırılmayacağına da eleştirisini yapmaktadır. Ayrıca, sırtçantalıların elde ettikleri deneyimlerin ne yönde olduğunun da incelenmesi önerilmektedir. Gelecekteki çalışanlarda deneyim ile araştırma arasındaki zaman farkının da dikkate alınarak deneyim esnasında konunun incelenmesi önemlidir.

KAYNAKÇA

Adkins, B. & Grant, E. (2007). Backpackers as a community of strangers: The interaction order of an online backpacker notice board. *Qualitative Sociology Review*, 3(2), 188-200.

Berlyne, D. E. (1965). *Structure and direction in thinking*. New York: Wiley.

Bradt, H. (1995). Better to travel cheaply?. *The Independent on Sunday magazine* (February) 12, 49-50.

Cao, Q. (2013). *East Asian backpacker tourists' motivations for participating in backpacking*. Long Beach: California State University.

Chen, K. C., Yen, D. C., Hung, S.-Y. & Huang, A. H. (2008). An exploratory study of the selection of communication media: the relationship between flow and communication outcomes. *Decision Support Systems*, 45, 822-832.

Cohen, S. (2010). Searching for escape, authenticity and identity: experiences of life style travellers. M. Morgan, P. Lugosi ve J. R. B. Ritchie (Ed.), *The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives* içinde (ss. 27-42). Bristol: Channel View Publications.

Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), 179-201.

Cohen, E. (2003). Backpacking: Diversity and change. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1(2), 95-110.

Combey, A.L. & Lee, H.B. (1992). *A first course in factor analysis*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Csikszentmihalyi, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety*. USA: Jossey-Bass Publishers.

Csikszentmihalyi, M. (1990). Flow: The psychology of optimal experience, http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:https://www.ode.state.or.us/opportunities/grants/nclb/title_i/a_basicprograms/schoolimprovement/transformat ion7flow.pdf.(Erişim Tarihi: 02.05.2018).

Dayour, F., Adongo, C. A. & Taale, F. (2016). Determinants of backpackers' expenditure. *Tourism Management Perspectives*, 17, 36-43.

Franklin, A. (2003). *Tourism: An introduction*. USA: Sage Publications.

Fornerino, M., Helme-Guizon, A., & De Gaudemaris, C. (2005). L'immersion dans Uneexperince de consommation versune echelle de mesure. *10éme Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*, 9-10 Octobre.

Gruodis, K. & Pederson, K. (2010). *Escaping reality into flow, flow with four realms of web-based virtual experience* (Yayımlanmamış Master Tezi), Aalborg University, Tourism.

Hampton, M. P. (1998). Backpackers tourism and economic development. *Annals of Tourism Research*, 25(3), 639-660.

Harman, S. (2012). *Sırtçantalı turistlerin seyahat motivasyonları ve ilgilenimleri: İstanbul'a gelen sırtçantalı turistler üzerine bir araştırma*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı.

Harman, S., Çakıcı, A. C. & Akatay, A. (2013). İstanbul'a gelen sırtçantalı turistlerin seyahat motivasyonları üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 25, 267-300.

Hoffman, D. L. & Novak, T. P. (1996). Marketing in hypermedia computer-mediated environments: Conceptual foundations. *Journal of Marketing*, 60(3), 50-68.

Hsu, J. L., Wang, T. C.-T. & Huang, P. Y.-H. (2014). Motivations for the first time and repeat backpackers in Shanghai. *Tourism Management Perspectives*, 12, 57-61.

Iso-Ahola, S. (1982). Towards a social psychology of recreational travel. *LeisureStudies*, 2, 45-56.

İslamoğlu, H. (2011). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. İstanbul: Beta.

Jensen, J. M. & Hjalager, A.-M. (2018). Travel motivations of first-time, repeat, and serial backpackers. *Tourism and Hospitality Research*, in press, 1-13.

Jurowski, C. (2009). An examination of the four realms of tourism experience theory. *International CHRIE Conference-Refereed Track* (p. 23).

Kwak, K. T., Choi, S. K., & Lee, B. G. (2014). SNS flow, SNS self-disclosure and post hoc interpersonal relations change: Focused on Korean Facebook user. *Computer in Human Behavior*, 31, 294-304.

Kerry, E. (2013). *Backpacker selves in a hostel: discourse, identity and existential authenticity*, (Yayımlanmamış Master Tezi) Louisiana State University Department of Geography and Anthropology.

Larsen, S., Ogaard, T. & Brun, W. (2011). Backpackers and mainstreamers, realities and myths. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 690-707.

Lorcu, F. (2015). *Örneklerle veri analizi SPSS uygulamalı*. Ankara: Detay Yayıncılık.

MacCallum, R.C., Widaman, K.F., Zhang, S., & Hong, S. (1999). Sample size in factor analysis. *Psychological Methods*, 4(1), 84-99.

Majstorovic, V., Stankov, U. ve Stojanov, S. (2013). The presence of backpacking tourism in Europe, *Turizam*, 17(4), 145-154.

Malone, T. W. (1981). Toward a theory of intrinsically motivating instruction. *Cognitive Science*, 4, 333-369.

Maoz, D. (2007). Backpackers' motivations, the role of culture and nationality. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 122-140.

Muzaini, H. (2006). Backpacking Southeast Asia, strategies of looking local. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 144-161.

Nakamura, J. & Csikszentmihalyi, M. (2009). The concept of flow. C. R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.) *Oxford Handbook of Positive Psychology* içinde (ss. 89-105) USA: Oxford University Press.

Novak, T. P., Hoffman, D. L. & Yung, Y.-F. (2000). Measuring the customer experience in online environments: A structural modeling approach. *Marketing Science*, Winter, 22-42.

Olalı, H. & Timur, A. (1988). *Turizm ekonomisi*, İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.

O'Reilly, C. C. (2006). From drifter to gap year tourist, mainstreaming backpacker travel. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 998-1017.

Oh, H., Fiore, A. M. & Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46, 119-132.

Pace, S. (2004). A grounded theory of the flow experiences of web users. *International Journal of Human-Computer Studies*, 60, 327-363.

Panyadee, T. & Wetprasit, P. (2018). Gap year tourists' motivation and travel pattern in Thailand. *Journal of International Studies*, 8(2), 28-52.

Park, M., Oh, H. & Park, J. (2010). Measuring the experience economy of film festival participants. *International Journal of Tourism Sciences*, 10(2), 35-54.

Pearce, P. L. & Foster, F. (2007). A university of travel": Backpacker learning. *Tourism Management*, 28, 1285-1298.

Pine, J. P. & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, July-August, 97-105.

Pine, J. P. & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy, work is theatre & every business a stage*. USA: Harvard Business School Press.

Radder, L. & Han, X. (2015). An examination of the museum experience based on Pine and Gilmore's experience economy realms. *The Journal of Applied Business Research*, 31(2), 455-470.

Reichel, A., Fuchs, G. & Uriely, N. (2009). Israeli backpackers, The role of destination choice. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 222-246.

Richards, G. & Wilson, J. (2003). Today's youth travelers, tomorrow's global nomads., *Summary Report for the International Student Travel Confederation and the Association of Tourism and Leisure Education*, International Student Travel Confederation, Amsterdam.

Sorensen, A. (2003). Backpacker ethnography. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 847-867.

Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş temel ilkeler ve Lisrel uygulamaları*. Ankara: Ekinoks.

Teas, J. (1988). I'm studying monkeys; what do you do? – youth and travel in Nepal. *Kroeber Anthropological Society Papers*, 67-68, 42-54.

Usta, Ö. (2002). *Genel turizm*. İzmir: Anadolu Matbaacılık.

Uriely, N., Yonay, Y. & Simchai, D. (2002). Backpacking experiences. A type and form analysis. *Journal of Tourism Research*, 29(2), 520-538.

Voiskounsky, A.E., Mitina, O.V. & Avetisova, A.A. (2004). Playing online games: Flow experience. *Psychology Journal*, 2(3), 259-281.

Yayın Geliş Tarihi: 17.12.2018
Yayına Kabul Tarihi: 11.09.2019
Online Yayın Tarihi: 19.12.2019
http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.498463

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1249-1269
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

açık Alan Rekreasyonu Olarak Yamaç Paraşütü Etkinliğine Katılanların Motivasyonları ve Etkinlik Memnuniyetlerinin Belirlenmesi: Arsuzfest Örneği

Çağrı SAÇLI*
Ceyhan Özdemir KAHRAMAN**

Öz

Bu araştırmanın temel amacı, Hatay'ın Arsuz ilçesinde 7-8-9 Eylül 2018 tarihlerinde, Arsuz Doğa ve Su Sporları Festivali (Arsuzfest) sırasında gerçekleşen, yamaç paraşütü etkinliği katılımcılarının demografik özelliklerinin, yamaç paraşütü yapma motivasyonlarının ve yamaç paraşütü etkinliği memnuniyetlerinin belirlenmesidir. Araştırmanın diğer bir amacı ise, katılımcıların festival hakkındaki genel görüşlerinin tespit edilmesidir. Bu amaçlar doğrultusunda, yazarlar tarafından 21 soruluk görüşme formu oluşturulmuştur. Görüşme formundaki soruların 12'si katılımcıların demografik özellikleri ile, 3'ü yamaç paraşütü yapma motivasyonları ile, 4'ü etkinlik memnuniyetleri ile ve 2'si festivalin geneli ile ilgilidir. Araştırma verileri, Arsuzfest yamaç paraşütü etkinliği katılımcılarından nitel araştırma yöntemi olan görüşme yöntemi ile elde edilmiş olup, 30 katılımcı ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler içerik analizi yapılarak çözümlenmiştir. İçerik analizi sonucunda yamaç paraşütü etkinliği katılımcılarının motivasyonlarının "Özgürlük", "Heyecan", "Gökyüzünden bakmak", "Macera", "Risk alma", "Yükseklik korkusunu yenme", "Huzur bulma" ve "Farklılaşma isteği" olduğu tespit edilmiştir. Görüşmeler sonucunda, yamaç paraşütü yapan katılımcıların, risk almayı sevdiğikleri ve kriz durumlarını yönetebildikleri ve bu etkinlikten genel anlamda memnun kaldıkları belirlenmiştir. Ayrıca festival değerlendirmeleri, sosyalleşme ve çeşitlilik açısından olumlu iken, organizasyon ile ilgili yetersizlikleri ortaya koymaktadır. Son olarak araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda etkinlik ve festival için çeşitli öneriler getirilmiş olup, elde edilen bulgular ve sonuçların gelecekteki çalışmalara ışık tutacağı umut edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Açık Alan Rekreasyonu, Yamaç Paraşütü, Motivasyon, Etkinlik Memnuniyeti, Festival.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Saçlı, Ç. & Kahraman, C. Ö. (2019). Açık alan rekreasyonu olarak yamaç paraşütü etkinliğine katılanların motivasyonları ve etkinlik memnuniyetlerinin belirlenmesi: Arsuzfest örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1249-1269.

* Dr. Öğr. Üyesi, İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, ORCID: 0000-0001-7771-8190, cagri.saclici@iste.edu.tr

** İskenderun Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği A.B.D, ORCID: 0000-0002-8697-875X, ceyhankahraman.sbe17@iste.edu.tr

DETERMINATION OF MOTIVES AND EVENT SATISFACTION OF THE PARTICIPANTS OF A PARAGLIDING EVENT AS AN OUTDOOR RECREATION EVENT: CASE OF ARSUZFEST

Abstract

The main purpose of this research is to determine demographic characteristics, motives and event satisfaction of paragliding event participants at Arsuz Nature and Water Sports Festival (Arsuzfest) which was held from 7 to 9 September, 2018. The other purpose of the study is to determine participants' general opinion about the Arsuzfest. For these purposes, a 21 question interview form was created by authors. 12 of the questions are related to the demographic characteristics of the participants, 3 of them are related to their motivations to do paragliding, 4 of them are about the event satisfaction of the participants and 2 of them are related to the whole festival. Research data are gathered via interview, which is a qualitative research method, with 30 paragliding event participants at Arsuzfest. Data gathered from interviews analyzed via content analysis. As a result, motives of paragliding event participants have been found as "Freedom", "Excitement", "Looking from the sky", "Adventure", "Taking a risk", "Overcoming fear of height", "Peace", and "Desire for differentiation". As a result of the interviews, it was determined that paragliding participants liked to take risks and could manage crises and were generally satisfied with this activity. In addition, while participants' general evaluations were positive in terms of socialization and diversity there were some inadequacies related to the organization. Finally, in line with the findings of the research, various suggestions have been made for the event and festival, and it is hoped that the findings and results will shed light on future studies.

Keywords: Outdoor Recreation, Paragliding, Motivation, Event Satisfaction Festival.

GİRİŞ

Sanayi devrimi sonrası, sosyal hayatın kentlerde gelişim göstermesi ile ortaya çıkan (Atsız vd., 2017: 914), kent hayatının kalabalıklaşması ile hem bireye hem çevreye getirdiği fizyolojik ve psikolojik etkilerin fazla olması ile önem kazanan (Keskin vd., 2015: 390) rekreasyon kavramının kökeni, Latince "recreatio" kelimesinden gelmektedir. Daha önceleri, "sağlığın geri kazandırılması" anlamında kullanılan kelime, daha sonraları "bireylerin yenilenmesi, yenilenme, yenilik ihtiyacı" şeklinde kullanılmaya başlanmıştır (Torkildsen, 1992: 64; Edington, vd., 1992: 4; akt. Birinci, 2018: 24). Rekreasyon kavramının birçok alt dal ile ilişkisinin olmasının, kavramın çeşitli şekillerde tanımlanmasına yol açtığı (Sarıbaş, 2015: 25), dolayısıyla ortak bir tanım meydana getirilmesinin de oldukça güç olduğu ifade edilmektedir (Madrigal, 2006; Birinci, 2018: 24). Rekreasyon, TDK (2019)'ya göre "İnsanların boş zamanlarında, eğlence ve spor amacı ile gönüllü olarak katıldıkları etkinlikler" şeklinde tanımlanmaktadır. Bir başka kaynakta ise rekreasyon, bir yenilenme, rutinden kaçma, canlılık ve değişim kazanma şeklinde tanımlanmaktadır (Jensen & Naylor, 1999; akt. Keskin vd., 2015: 390; Eryılmaz & Akgündüz, 2017: 14). Sanayileşme

ile birlikte “iş, rekreasyon ve iş döngüsü” insan hayatının büyük bir bölümünü kaplamasına ve boş zaman kavramının ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Smith & Godbey, 1991; akt. Metin vd, 2013: 5028). Boş zamanın artması ve tatillerin sosyal bir hak olarak görülmeye başlaması ile birlikte, insanlar kendilerine ayırdıkları zamanı, keyif aldıkları aktivitelerle yönetmeye başlamıştır (Hazar, 2014: 29). Bireyler kendilerine ayırdıkları bu zaman dilimlerinde hem fiziksel hem de psikolojik anlamda kendilerini rahatlatan aktiviteleri tercih ettikleri görülmektedir. Bu gibi aktivitelere katılan bireylerin de sosyal ve mental anlamda kazanımları aktivitelere katılımlarında önemli rol oynamaktadır (Sung, 2000: 41).

Rekreasyon faaliyetleri, boş zaman içerisinde gerçekleşen faaliyetlerdir ve bu amaçla yaşanan yerden en az 1 gece uzaklaşılacağına, seyahat ve turizm kapsamında ele alınmaktadır (Smith & Godbey, 1991; akt. Metin vd, 2013: 5028). İnsanlar vakitlerini güzel geçirebilme adına rekreasyon faaliyetlerine ve turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar (Demir & Çevirgen, 2006: 19). Rekreasyon faaliyetlerinin bireylere kişisel anlamda; fiziksel ve ruhsal sağlık, yeteneklerde gelişim, başarı ihtiyacı, sosyalleşme ve mutluluk gibi kazanımlar sağlarken, toplumsal anlamda; dayanışma ve bütünleşme sağlamaktadır (Karaküçük 1997; akt. Keskin vd., 2015: 38). Aynı zamanda, kişinin yenilik arayışı, keşfetme isteği ve problem çözme ihtiyaçlarını karşılamakta ve katılımcılara zorluklara göğüs germe, yoğunlaşma ve kontrol duygusunun artmasını sağlamaktadır (Csikszentmihalyi & Csikszentmihalyi, 1999: 156). Rekreatif faaliyetler, bireylerin günlük yaşamdaki sıkıntılarından uzaklaşmasını ve bireylerin kişisel anlamda kendilerini geliştirmelerini de sağlamaktadır (Iwasaki 2007; Patry vd., 2007; Şener vd., 2007; Axelsen 2009; Tütüncü & Aydın, 2014: 118). Alanyazında rekreasyon bir çok farklı şekilde sınıflandırılmıştır. Bireyler hangi motivasyonlar ile rekreasyon faaliyetlerine katılım gösterdiyse, rekreasyonlar da buna göre çeşitlenmektedir. Bu hususta, rekreasyonların tek bir sınıflandırmasını yapmak oldukça güçtür (Ergül, 2008: 11). Çeşitli çalışmalardan faydalanılarak yapılan sınıflandırmalardan birisi Sarıbaş (2015) tarafından “amaçlarına göre, mekânsal açıdan, katılımcıların milliyetlerine göre, olanaklara göre, katılımcıların yaşlarına göre, katılımcıların sayısına göre ve faaliyetlere katılımına göre” şeklinde yapılmıştır.

Rekreasyonlar mekânsal açıdan sınıflandırıldığında, açık alan ve kapalı alan rekreasyonları şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Açık alan rekreasyonları katılımcıların etkileşimleri ile ortaya çıkan bir doğa unsurudur (Yüncü vd., 2013: 12). Hardiman ve Burgin (2011) açık alan rekreasyonları ile macera turizmini bir arada tanımlamaktadır. Weber (2001) de aynı şekilde maceracı rekreasyon faaliyetleri ile açık alan rekreasyonlarını birleştirici bir tanımlamayı tercih etmiştir. Açık alan rekreasyonlarını, macera rekreasyonlarının ortaya çıkardığı görüşünü savunmuştur. Faaliyetlerin macera ağırlıklı olması, açık alanda doğa ile iç içe gerçekleşmesine olanak sağlamaktadır. Bundan dolayı, macera faaliyetleri ile açık alan rekreasyonları ilişkilendirilmiştir. Açık alan rekreasyonları; karada (piknik,

trekking, kamp vb.), suda (rafting, sualtı dalışı vb.) ve havada (skydiving, yamaç paraşütü, balon vb.) gerçekleştirilebilmektedir (Ardahan & Lapa, 2011: 1330).

Bir açık alan rekreasyon aktivitesi ve macera turizmi ürünü olan yamaç paraşütü 1980'li yıllarda hava sporları ile uğraşan birkaç kişinin serbest paraşütlerle koşarak yamaçlardan atlamalarıyla başlayan bir etkinliktir. Motorsuz, serbest düşüşe gerek duymadan, zeminden başlayarak yönetilebilen, tek koltuğu bulunan esnek hava aracıdır. Zamanla aerodinamik yapılarının gelişmesi ile birlikte direkt olarak uçuş aracı konumuna gelerek (Franke vd., 1991: 98), gittikçe daha popüler bir hobi haline gelmiştir. (Fasching vd., 1997: 129). Yamaç paraşütünde havada kalma süresi; paraşütün kalitesi, pilotun tecrübesi ve irtifa durumu gibi faktörlere göre kilometrelerce veya saatlerce sürebilmektedir (Bako, 2016: 18; Sunar vd., 2018: 1424). Yamaç paraşütü Türkiye'de oldukça hızlı bir gelişim göstermektedir. Türkiye yamaç paraşütü uçuşu için oldukça elverişli destinasyonlara sahiptir. Türkiye'deki hemen her şehirde uçuşa uygun yerler bulunabilir. Özellikle Türkiye'nin bilinen uçuş noktaları arasında Babadağ-Fethiye ilk sırada yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019). Yamaç paraşütü, günümüzde heyecanı yüksek, bireysel ve grup olarak yapılabilen faaliyettir (Butler, 1998; Ingram & Durst, 1989; Roberts & Hall, 2001). Aynı zamanda yamaç paraşütü, artan uçuş sıklığı ve kritik yaralanmalar ile birlikte yüksek riskli spor kategorisine girmiştir (Schulze vd., 2002: 365).

Bu araştırma ise, Arsuz Doğa ve Su Sporları Festivalinde düzenlenen, hem bir macera turizmi ürünü olan hem de havada gerçekleşen açık alan rekreasyonu olan yamaç paraşütü etkinliğine katılan katılımcıların motivasyonlarını ve etkinlik memnuniyetleri belirlemeyi amaçlamaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

Bireylerin rekreatif etkinliklere katılma amaçları uzun yıllardır araştırmacıların ilgisini çekmektedir. Bundan dolayı bu amaçların öğrenilmesi adına hem spor hem rekreasyon hem de turizm gibi alanlarda araştırmalar yapılmıştır (Eryılmaz ve Akgündüz, 2017: 15). Alanyazında rekreasyon faaliyetleri motivasyonları ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında, Illinois Üniversitesinde gerçekleştirilen bir araştırmada birey/bireyleri; günlük rutinden uzaklaşma, kalabalıktan kaçma, yetenekleri geliştirme, yeni beceriler kazanma, sosyalleşme, gözlemlenme, aile birlikteliği, mücadele ruhu kazanma, başarıma isteği, sıkıntılardan uzaklaşma, doğa sevgisi vb. faktörlerin açık alan rekreasyonlarına motive eden faktörler olduğu ifade edilmektedir (İbrahim & Cordes, 2002; akt. Ardahan & Lapa, 2011: 1331). Müderrisoğlu vd., (2006) çalışmalarında, rekreasyonel faaliyetlerin motivasyonlarını belirlemek adına yapılan analizler sonucu 7 motivasyon faktörü belirlemişlerdir, bunlar: "sosyalleşme", "kendini ispatlama", "sağlık", "alanla ilgili özellikler", "rutinden kaçış", "bilgi ve becerileri geliştirme" ve "yönetim" dir. Emir (2012) çalışmasında bireylerin rekreatif faaliyetlere katılımının nedenlerini, "yeni deneyimler kazanmak", "başarı duygusunu

yaşamak”, “toplumsal yararlar sağlamak”, “yaratıcı duygular tatmak” ve “etkileşimler kurmak” olduğunu ifade etmiştir. Rosenthal vd., (1982) ise çalışmalarında, 8 motivasyon faktörü belirlemişlerdir. Bu faktörler, “keşfetmek”, “kaçış”, “doğa deneyimi”, “iç gözlem”, “egzersiz”, “benzer insanlarla bir arada olmak”, “neşe arayışı” ve “fiziksel stresten kaçış”tır. Ashford vd., (1993) çalışmalarında, bireyleri rekreatif faaliyetlere motive eden 4 ana faktör 15 alt faktör belirlemişlerdir. Belirlenen 4 ana faktör; iddialı başarı, fiziksel sağlık, sosyo-psikolojik sağlık, sporda ustalık ve performanstır. Mutlu vd., (2011) ise çalışmalarında, Boş Zaman Motivasyon Ölçeğini kullanarak bireyleri boş zaman aktivitelerine motive eden 3 faktörün ön plana çıktığı sonucuna ulaşmıştır: “özdeşim”, “uyaran yaşama”, “bilmek, başarmak”. Özesen (2007) tez çalışmasında, bir doğa sporu ve rekreasyon etkinliği olan Rafting etkinliğine katılan katılımcıların motivasyonlarını belirlemeyi amaçlamış, 9 faktör ve bunların dâhil olduğu 4 alt boyut belirlenmiştir. Analiz sonuçlarına göre “zihinsel esenlik” boyutunun temel motivasyon olduğu sonucunda ulaşılmıştır. Faktörler, “sosyal aidiyet”, “başarı”, “risk alma”, “rekabet”, “agresyon”, “kendine saygı”, “stres azaltımı”, “fiziksel zindelik”, “sosyal esenlik” şeklinde belirlenmiştir. Macera olarak bakıldığında ise Cater (2006), araştırmasında macera turistlerinin risk algılarını incelemiştir. Turistlerin, macera turizmi faaliyetlerinde riskten ziyade, heyecan ve korku aradıklarını belirtmiştir. Bentley ve diğerleri (2007), çalışmalarında turistlerin macera turizmine katılımında etkin olan 6 motivasyon faktörü belirtmişlerdir. Bunlar, deneyim, keşif, heyecan, risk, meydan okuma ve huzurdur. Rekreasyon motivasyonu, bir çok bilim alanlarında hala araştırılan bir konudur (Kil vd., 2014: 17). Bununla birlikte, rekreatif faaliyetlere yönlendiren motive edici unsurlara ihtiyaç duyulduğu, bir çok araştırmacı tarafından kabul edilmektedir (Beggs vd., 2004: 66; Torkildsen, 2005: 94; Ardahan & Lapa, 2011: 1331).

Alanyazında yer alan açık alan rekreasyonları memnuniyeti ile ilgili çalışmalara bakıldığında, açık alan rekreasyonu deneyimlerine yönelik katılımcı memnuniyet çalışmaları uzun yıllardır önem arz etmektedir (Tonge vd., 2011). Çetinkaya vd., (2015) çalışmalarında, park kullanıcılarının memnuniyet ve memnuniyetsizlik faktörlerinin belirlenmesini amaçlamışlardır. Memnuniyeti en fazla etkileyen faktörün ulaşılabilirlik ve akabinde fiziksel aktivite faktörü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda kentte uzun süredir yaşayan, yüksek gelire sahip, eğitim seviyesi yüksek, toplu konutlarda yaşayan, genç ve kadın bireylerin diğerlerine oranla memnuniyetleri daha yüksek sonucuna ulaşılmıştır. Aksu vd., (2017) çalışmalarında Altındere Vadisi Milli Parkına gelen bireylerin memnuniyetlerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışmada, “milli parkın doğal ve kültürel peyzaj değerleri, görsel kalite”, “alandan aktif olarak yararlanma isteği”, “alandan pasif olarak yararlanma isteği”, “macera ve kendini keşfetme”, “açık hava aktivite olanakları”, “sosyalleşme”, “ulaşılabilirlik ve alan kullanımı” faktörlerinin memnuniyet üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte, “planlama-tasarım sorunları”, “donatı elemanı eksikliği, yönetim”, “taşıma

kapasitesinin aşılması-kalabalık, gürültü kirliliği”, “çevre-görüntü kirliliği, alt yapı-bakım eksikliği”, “bilgi eksikliği ve yönetim” faktörlerinin de memnuniyetsizlik üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sarıbaş (2015) tez çalışmasında, turistlerin rekreasyon faaliyetlerine katılımlarını etkileyen unsurları belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışmasında katılımcıların memnuniyet algılarına en fazla etki eden değişkenin fizyolojik nedenler olduğunu tespit etmiştir. Buna göre fizyolojik nedenlerdeki olumlu durumların, rekreatif faaliyetlere katılanların memnuniyetlerini yükselteceği tespitinde bulunmuştur. Bunlarla birlikte Sıvalıoğlu & Berköz (2012), Müderrisoğlu vd., (2009) çalışmaları alanyazında yer alan benzer çalışmalardandır.

Bir macera turizmi ürünü ve açık alan rekreasyonlarından biri olan yamaç paraşütü ile ilgili alanyazında yer alan çalışmalara bakıldığında ise, çalışmaların çoğunun yamaç paraşütü kazaları (Fasching vd., 1997), yaralanmaları (Franke vd., 1991, Schulze vd., 2002, Rekan 2012), güvenliği ve paraşütçülerin yaşadıkları problemler (Karademir & Güven 2006, Chmielewska 2014, Mekinc & Mûsic 2015, Wilkes vd., 2017) ile ilgili olduğu göze çarpmaktadır. Bunlarla birlikte Ayazlar (2015), Tuban (2019) ve Batman & Demirel (2015) alanyazındaki diğer araştırmalardır.

Yamaç paraşütü her geçen gün daha fazla kişi tarafından deneyimlenmektedir. Her geçen gün yeni takeoff alanlarının açılması ve var olan alanların geliştirilmesi bu açık hava rekreasyon aktivitesinin destinasyonlar için önemini arttırdığını göstermektedir. Alanyazında yamaç paraşütü ile ilgili çoğunlukla kazalar, yaralanmalar, riskler ve bölgenin yamaç paraşütü potansiyelini ölçen çalışmalar bulunmakla birlikte, niş bir pazar olarak yamaç paraşütü yapanlar üzerine çalışmalar oldukça kısıtlıdır. Bu noktadan hareketle araştırmanın, yamaç paraşütü etkinliği katılımcıların demografik özelliklerinin, motivasyonlarının ve etkinlik memnuniyetlerinin tespit edilmesi vasıtasıyla alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Son olarak katılımcıların Arsuzfest ile ilgili genel görüşleri ile ilgili sonuçların da destinasyon yönetim organizasyonları ve festival düzenleyicileri için pratik faydalar sağlayacağı düşünülmektedir.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmada, Arsuzfest sırasında düzenlenen yamaç paraşütü etkinliğine katılan katılımcıların bu aktiviteyi yapma nedenlerinin ve katılımcıların etkinlik memnuniyetlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Festival katılımcıların festivali genel değerlendirmesinin yapılması da araştırmanın diğer bir amacını oluşturmaktadır. Araştırma amaçları doğrultusunda çalışma, katılımcıların içsel tutumlarını, deneyimlerini, düşüncelerini, zihinsel algılarını ve niyetlerini anlamayı sağlayan ve nitel veri analizi yöntemlerinden biri olan görüşme tekniği (Patton, 1987; akt. Yıldırım & Şimşek, 2016: 129) kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, katılımcılarla görüşmek üzere toplamda 21 adet sorudan oluşan bir görüşme formu oluşturulmuştur. Soruların 12’si katılımcıların demografik

özellikleri belirlemeye yönelik olup 3'ü katılımcıların yamaç paraşütü yapma nedenlerini öğrenmeye yöneliktir. Soruların 4'ü katılımcıların yamaç paraşütü etkinlik memnuniyetlerini belirlemeye yönelik olmakla birlikte 2 si ise katılımcıların Arsuzfest'i genel değerlendirmelerini belirlemeye yönelik sorulan sorulardır. Görüşme formu, 2 uzman görüşüne başvurularak yazarlar tarafından oluşturulmuştur. Araştırma alanı olarak Arsuzfest belirlenmiş olup, bu yerin seçilmesindeki temel sebep, festivalde dağ yürüyüşleri ve tırmanışları, su aktiviteleri ve hava aktiviteleri gibi açık alan rekreasyonlarının gerçekleştirilecek olmasıdır. Araştırmada evren, yamaç paraşütü etkinliğine katılan 90 katılımcıdan oluşmaktadır. Araştırma kapsamında toplamda 30 katılımcı ile görüşülmüştür, cevapların sık tekrar etmeye başlaması (aynılaşması) ile birlikte görüşmeler sonlandırılmıştır. Görüşmeler yapılmadan önce katılımcılara görüşmenin temel amacından bahsedilmiş ve etik kurallar çerçevesinde görüşme başında katılımcılardan ses kayıtları alınacağı bilgisi verilmiş ve izin istenmiştir. Kabul eden 30 katılımcı ile 7-8-9 Eylül tarihlerinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme süreleri, her bir katılımcı ile yaklaşık olarak 6 ile 7 dakika arasındadır. Görüşme yapılan katılımcıların ses kayıtları da yazarlar tarafından dinlenerek metne dönüştürülmüştür. Araştırma kapsamında sorulan sorular, görüşme formundaki şekliyle direkt olarak sorulmuş olup, soru sayısı ve sırasında herhangi bir değişiklik yapılmamıştır.

Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler, içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. İçerik analizinin amacı, verileri kavramlar ve ilişkilerle açıklamaktır (Yıldırım & Şimşek, 2016: 242). Bu amaçla verilerin çözümlenmesi için kodlama yoluyla içerik analizi yapılması uygun görülmüştür. Bu bağlamda içerik analizi yöntemi ile verilerin tanımlanması sağlanır. Bu yöntem temel olarak benzer verileri, temalar altında bir araya getirmek ve anlaşılır şekilde yorumlamaktır. Nitel araştırma verileri dört aşamada analiz edilir, ilk aşama verilerin kodlanması, ikinci aşama temaların bulunması, üçüncü aşama kodların ve temaların düzenlenmesi ve son aşama bulguların tanımlanması ve yorumlanmasıdır (Yıldırım & Şimşek, 2016: 243). Temalar belirlenmiş ve literatürde yer alan çalışmalardan (Swarbrooke vd., 2003: 260; Page vd., 2005: 382; Pomfret, 2006: 115) esinlenilerek uygun kodlar oluşturulmuştur. Daha önceki çalışmalarda, bu araştırma kapsamında hazır kodlar bulunmadığından, el ile kodlama yöntemi ile kodlar oluşturulmuştur. Son olarak ise bu dört aşamanın sonucunda araştırmanın bulguları oluşturulmuş ve yorumlanmıştır.

BULGULAR**Tablo 1:** Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

Cinsiyet	N	%	Meslek	N	%
Kadın	12	40,0	Kamu Çalışanı	10	33,3
Erkek	18	60,0	Özel Sektör	13	43,3
			Çalışmıyor	7	23,3
Medeni Hal	N	%	Haber Kaynağı	N	%
Evli	10	33,3	Sosyal Medya	21	70,0
Bekar	20	66,6	Arkadaş	7	23,3
Yaş	N	%	Afiş Broşür vb.	2	6,6
18-25	8	26,6	Pilot	N	%
26-39	16	53,3	Hayır	22	73,3
40-57	6	20,0	Evet	8	26,6
Eğitim Durumu	N	%	Önceki Festivale Katılım	N	%
Lise	6	20,0	Katılmayan	22	73,3
Önlisans	4	13,3	Katılan	8	26,6
Lisans	20	66,6	Daha Önce YP Yapan	N	%
Aylık Gelir	N	%	Hayır	20	66,6
1603TL ve altı	9	30,0	Evet	10	33,3
1604-2500	6	20,0	Toplam	30	100
2501-5000	10	33,3			
5001+	5	16,6			
Toplam	30	100			

Katılımcılara ilişkin demografik bulgulara bakıldığında, katılımcıların (12) %40'ı kadın, (18) %60'ı erkektir. Katılımcıların (16) %53,3'ünün 26-39 yaş, (8) %26,6'sının 18-25 yaş ve (6) %20,0'sinin de 40-57 yaş aralığında olduğu, bununla birlikte (20) %66,6'sının bekâr, (10) %33,3'ünün evli olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılar (20) %66,6 lisans, (4) %13,3 önlisans ve (6) %20,0 oranında lise düzeyinde eğitime sahiptir. (13) %43,3'ünün özel sektörde, (10) %33,3'ünün kamu sektöründe çalıştığı belirlenen katılımcıların, (10) %33,3'ünün 2501 TL – 5000 TL aralığında (6) %20,0'sinin 1604 TL – 2500 TL aralığında ve (5) %16,6'sının 5001 TL ve üstü gelire sahip oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların (21) %70,0'inin sosyal medya ve (7) %23,3'ünün arkadaşları aracılığı ile etkinlikten haberdar oldukları ve katılımcıların 23'ünün Hatay ili ve ilçelerinden (İskenderun, Payas, Dört Yol, Erzin, Samandağ), 6 kişinin çevre illerden (Gaziantep, Adana ve Mersin) bir kişinin ise Erzincan'dan katılım sağladıkları tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların (22) %73,3'ünün bir önceki Arsuzfest'e katılmadıkları belirlenmiştir. Katılımcıların (10) %33,3'ünün daha önce bir ya da birden çok kez yamaç paraşütü yaptıkları geri kalanların (20, %66,6) ilk defa yaptıkları ve (8) %26,6'sının lisanslı yamaç paraşütü pilotu oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların yamaç paraşütü sporu dışında başka bir aktivitede bulunup bulunmadıkları sorulduğunda ise katılımcıların %70,0'inin su aktiviteleri (rafting, kano, parasailing, jetski vb.), bununla birlikte dağcılık (Trekking, Tırmanış vb.), motor sporları, kayak, zipline, bungee jumping, skydiving vb. aktiviteleri en az bir kez

yapmış oldukları tespit edilmiştir. Tablo 2’de temalar, kod listesi, katılımcılar ve tekrar etme sıklıkları gösterilmiştir.

Tablo 2: Temalar, Kod Listesi ve Sıklık Sayıları

Temalar	Kod Listesi	Katılımcı(lar)	Toplam
Yamaç Paraşütü Yapma Nedenleri	Özgürlük	K3,K4,K5,K6,K7,K8,K9,K10 K11,K12, K13,K14,K15,K16,K17,K18,K19,K20, K21,K22,K23,K24,K25,K26,K27,K28, K29,K30	28
	Heyecan	K2, K3, K4, K7,K8, K9, K10, K11, K12, K14, K19, K21, K23, K26, K27, K28	16
	Gökyüzünden Bakma	K1,K3,K6,K16,K22,K25,K26,K27,K28	9
	Macera	K4,K5,K9,K13,K17,K20,K23,K28	8
	Risk Alma	K1,K4,K9,K13,K27,K30	6
	Yükseklik Korkusunu Yenme	K14, K15, K16, K27	4
	Huzur Arama	K24	1
	Farklılaşma İsteği	K29	1
Etkinlik Memnuniyeti	Genel Memnuniyet	K1,K2,K3,K6,K7,K8,K9,K10,K12,K14, K15,K16,K17,K18,K19,K21,K22,K23, K24,K26,K27,K28	22
	Pilotların İlgisi	K2,K3,K4,K5,K6,K9,K10,K11,K13,K18, K20,K22,K23,K28,K30	15
	Organizasyon	K3,K4,K5,K7,K22,K23	6
Festival Değerlendirme	Sosyalleşme	K1,K2,K3,K7,K9,K10,K12,K13,K21,K24, K28	11
	Çeşitlilik	K2,K3,K4,K5,K10,K18,K23,K26,K28	9
	Eğlence	K4,K8,K13	3
	Doğa Bilinci	K7	1
	Bölgesel Kalkınma	K9	1

Katılımcıların Yamaç Paraşütü Yapma Motivasyonlarına Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan katılımcıların neden yamaç paraşütü yaptıklarını tespit etmek adına, “Yamaç Paraşütü yapmanızın nedenleri nelerdir?” sorusu yöneltilmiş, verilen cevaplara göre tema, kodlar oluşturulmuş ve kodların kaç kez tekrar ettikleri tablo 2’de gösterilmiştir.

Verilen cevaplara bakıldığında, katılımcıların büyük çoğunluğu “Uçmak, özgürlüktür” sözünden hareketle, havada olmanın özgürlük ve uçuyor olma hissini kendilerini rahatlattıklarını, adrenalini yüksek sporları sevdiğini ve bu spor türlerini heyecan arama amaçlı yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bununla birlikte hayatlarında risk almayı sevdiğini ve kriz anlarında verdikleri kararların başarılı olduklarını görmesi, katılımcılarda bu aktiviteyi gerçekleştirme arzusu yarattıklarını ifade etmişlerdir. Tüm bunların yanında dünyayı gökyüzünden

izlemenin vermiş olduğu tadı, sosyal yaşantılarındaki farklılaşma isteği, havada buldukları huzuru ve yükseklik korkularını yenmeyi amaç edinerek yamaç paraşütü yaptıklarını belirtmişlerdir. Uzun yıllardır uçuş yapan katılımcılardan biri, yamaç paraşütü yapma nedenini şöyle ifade etmiştir:

“Kendimi orada buluyorum, risk almayı ve kriz durumunu yönetmeyi seviyorum. O anda durumu etkileyecek anlık kararları vermeyi çok seviyorum. O başarıma duygusu ve keşif duygusu, beni sürekli yeni, biraz daha sert ve biraz daha zor, ekstrem durumları yaşamaya itiyor. Ayrıca o gökyüzündeki süzülüş hissiyatını, mesela yükselme karakterini çok seviyorum. Zor bir yere iniş planlama, akrobatik hareketler. Havadasınız ve yere yukarıdan bakıyorsunuz. Bu duyguları yaşamayı, tatmayı çok seviyorum.” (Risk Alma/Kriz Yönetimi-Gökyüzünden Bakma)

Katılımcı Pilot 1

Bu gibi sporları daha önce deneyimleyen başka bir katılımcı yamaç paraşütü yapma nedenini şu şekilde belirtmiştir:

“En büyük hayalim havada kalma hissini, kuşlar gibi uçma hissini yaşamaktı. Yere yukarıdan bakmanın nasıl olduğunu deneyimlemek istedim. Bunun dışında heyecan ve adrenalin dolu bir spor olduğu için tercih ettim.” (Özgürlük Hissi-Heyecan Arama-Gökyüzünden Bakma)

Katılımcı Yolcu 3

Yine katılımcılardan biri yamaç paraşütünü, uçuş esnasında kendisiyle hesaplaştığı ve korku ve risk anlarını yönetme duygusu ile yaptığını şu ifadelerle belirtmiştir:

“Yamaç paraşütü yapmaya başlamamın temel sebebi aslında havada olmanın nasıl olduğunu deneyimlemek ve özgür olacağımı düşünmektir. Ancak daha sonraları havada bulunduğum süre içerisinde kendimle hesaplaştığımı fark ettim. Uçurduğum şeyi kendim kontrol etmem, yine korku, tehlike ve risk altındayken sakin kararlar verip o anı yönetebilme yeteneklerimi de geliştirdi.” (Özgürlük Hissi-Risk Alma/Kriz Yönetimi)

Katılımcı Pilot 30

Katılımcılardan biri hayatta en merak ettiği şeyin uçmak ve bu heyecanı yaşamak olduğunu belirterek sözlerine şu şekilde devam etmiştir:

“Macera sporlarını seviyorum. Daha önce hep izliyordum artık uygulamak istedim. Herkes hayatında bir kez olsun uçmak ister. Ben de o uçuş duygusunu tatmak istedim. Uçmak özgürlük derlerdi. Ne kadar özgür olacağımı görmek istedim. Heyecanı yaşamak, risk almak. Reel hayatımda alamamam da artık almak istedim.” (Uçuş Hissi-Özgürlük Hissi-Risk Almak)

Katılımcı Yolcu 4

Yamaç Paraşütü Etkinlik Memnuniyetlerine Etki Eden Faktörlere Yönelik Bulgular

Katılımcıların Arsuzfest sırasında yamaç paraşütü etkinliğinden memnun kaldıkları ve kalmadıkları yönleri belirleme adına sorulan “*Yamaç Paraşütü etkinliği ile ilgili memnun kaldığınız ve kalmadığınız yönler nelerdir?*” ve “*Daha sonra tekrar Arsuz’da Yamaç Paraşütü yapmayı düşünüyor musunuz?*” soruları yöneltilmiştir.

Araştırmaya katılan katılımcıların yamaç paraşütü etkinliğinden memnun kaldıkları ve kalmadıkları yönler sorulmuştur. Verilen cevaplara bakıldığında, katılımcıların çoğunluğu genel olarak etkinliğin her alanından memnun olduklarını, özellikle ise pilotların ve çalışan görevlilerin ilgisinden memnun kaldıklarını ve organizasyonu verimli bulduklarını, bununla birlikte etkinlik alanında alınan güvenlik önlemlerini yeterli bulduklarını ve etkinliği de müzikleri ile birlikte eğlenceli bulduklarını ifade etmişlerdir. Memnun kalmadıkları yönlere bakıldığında ise, “Takeoff” (çıkış) pistine ulaşım yolunun tehlikeli ve zorlu olduğunu belirtmişlerdir. Bunun yanında, çalışanların ilgili olduğu ancak koordinasyonun, sistemin yeterince sağlanamadığını, çıkış pistine tek araçla (paraşütler, pilotlar ve yolcular) iniş çıkış yapılması, uçuşların planlanan saatlerde gerçekleştirilememesi ve çıkış-iniş pistini beğenmediklerini belirtmişlerdir. Tüm bunların yanında etkinliğin tanıtım ve reklamlarının eksik olduğunu, etkinliğe tesadüfen denk geldiklerini ifade etmişlerdir. Son olarak katılımcılara daha sonrasında tekrar Arsuz’da yamaç paraşütü yapmayı düşünüp düşünmediklerini sorduğumuzda ise tüm katılımcıların tekrar yapmak istediklerini belirtmişlerdir.

Katılımcı yolculardan birkaçının, etkinlikten memnun kaldığı ve kalmadığı yönleri şu şekilde ifade etmiştir:

“Memnunum ancak ulaşım ve iletişim daha sistemli olmalıydı.”
(Organizasyon-Genel Memnuniyet)

Katılımcı Yolcu 24

“Memnunum. Tanıtım ve reklamın daha iyi yapılması gerekirdi, iniş çıkış yollarının daha iyi olması gerekirdi.” (Organizasyon)

Katılımcı Yolcu 12

“Her şey çok güzel, pilotlar oldukça ilgili ve kibar. Rüzgar müsait olmadığında direkt iptal ediyorlar uçuşları. Güvenilir ve eğlenceli insanlar. Yalnızca takeoff alanına çıkış çok tehlikeli geldi onun dışında memnunum.”
(Pilotların İlgisi-Organizasyon)

Katılımcı Yolcu 2

“Ortalama memnunum. Organize değiller, koordinasyonun sağlanması gerekiyor. Misafirlerin daha iyi ağırlanması gerekirdi.”(Organizasyon-Genel Memnuniyet)

Arsuz Doğa ve Su Sporları Festivalini Değerlendirmeye Yönelik Bulgular

Katılımcıların Arsuzfest'i olumlu ve olumsuz değerlendirmesi adına "Arsuz Doğa ve Su Sporları Festivalini genel anlamda nasıl değerlendirirsiniz? ve "Festivali yakınlarınıza tavsiye eder misiniz?" soruları yöneltmiştir. Verilen cevaplara bakıldığında, festivallerin ve özellikle bu festivalin insanları bir araya getirmesi ve insanları sosyalleştirmesi anlamında olumlu olduğu, festivalin temasının doğa ve su sporları olması doğa ve su sporları çeşitliliğinin de olumlu yönde olduğu ve eğlence ortamı yarattığı katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Tüm bunlarla birlikte bir katılımcı doğa ve su sporları temasının doğa bilinci oluşturabileceğini öne sürmüş ve festivalin bölgesel kalkınmaya büyük katkısı olabileceğini düşündüğünü ifade etmiştir. Tüm bu olumlu değerlendirmelerin yanında, olumsuz değerlendirmeler de bulunmaktadır. Festival alanının fiziki durumunun (tuvalet-duş imkânı, ses ve ışıklandırma sistemleri, yönlendirme levhaları ve ulaşım imkânları) yetersizliği ve düzensizliği, katılımcıların en çok dikkat ettikleri unsurlar olmuştur. Bununla birlikte kamp alanlarının kirliliği, festivalin süresi ve bölge esnafının festivali bir fırsata çevirip ürünleri yüksek fiyatlı satması da katılımcıların festivali olumsuz değerlendirdiği yönlerdendir. Son olarak tüm katılımcılar festivali mutlaka yakınlarına tavsiye edeceklerini de belirtmişlerdir.

Katılımcıların bazıları festivalin genel değerlendirmesini şu şekilde yapmışlardır;

"Kamp alanı genişliği oldukça iyi, konserler güzel, danslar, farklı spor aktiviteleri oldukça güzel devamı gelmeli. Kamp alanları çok önemli, alan olarak güzel ama daha da bakımlı olması gerekiyor. Tuvalet ve duş alanlarının geliştirilmesi gerekli, zemin düzeltilmeli ve yeşillendirilmeli. Yönlendirme az, personel ihtiyacı karşılanabilir." (Çeşitlilik-Eğlence)

Katılımcı Pilot 28

"Doğa çok güzel insanların bilinçlenmesi, sosyalleşmesi açısından bu festivalin önemi bence oldukça fazla." (Doğa Bilinci-Sosyalleşme)

Katılımcı Yolcu 7

"Sosyalleşme adına çok güzel ancak çok etkinlik çok aksaklık getiriyor. Daha az daha spesifik etkinlikler bir arada olmalı. Halk hepsine katılamıyor. Kopukluk oluyor. Festival süresi uzatılmalı." (Sosyalleşme-Organizasyon)

Katılımcı Pilot 21

"Sosyalleşme için ve bölge ekonomisi için oldukça verimli bir festival." (Sosyalleşme-Bölgesel Kalkınma)

Katılımcı Yolcu 9

“Festival alanının katılımı çok güzel, farklı spor dalları mevcut fakat dediğim gibi alt yapı sağlamlaştırılmalı, kamp alanına özen gösterilmeli. Belediyenin biraz daha ulaşımına özen göstermesi, erişim sağlayabilmesi gerekirdi.”(Çeşitlilik-Organizasyon)

Katılımcı Pilot 26

“Esnafın festivali bahane edip fiyatları uçurması dışında festival çok güzel”(Genel Memnuniyet)

Katılımcı Yolcu 16

“Doğa sporlarını yapan insanların aktivitelerini burada gerçekleştirmeleri insanların yeni şeyler öğrenme ve sosyalleşmeleri açısından oldukça verimli.”(Sosyalleşme)

Katılımcı Pilot 1

SONUÇ VE ÖNERİLER

Arsuzfest yamaç paraşütü etkinliği katılımcılarının demografik özelliklerine bakıldığı zaman erkeklerin çoğunlukta olduğu, büyük çoğunluğunun bekar ve genç oldukları, iyi eğitilmiş ve orta düzeyde gelire sahip oldukları ve haber kaynağı olarak sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir. Etkinliğe katılanların çoğunluğunun Hatay ili ve ilçelerinden olması, festivalin yakın mesafede gerçekleşmesinden kaynaklı olduğunu göstermektedir. Rekreasyon faaliyetlerine katılımı etkileyen önemli unsurlardan biri de katılımcıların demografik özellikleri ve katılımcıların yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yer, çalışma süreleri, rekreasyon faaliyetlerine katılım sıklıkları gibi unsurlardır (Sarıbaş, 2015: 50). Katılımcıların %76,6’sı daha önce skydiving, rafting, kano, tırmanış, trekking, bungee jumping vb. çeşitli deneyimlerinin bulunduğunu ifade etmişlerdir. Buna göre yamaç paraşütü yapan bireylerin bu aktivite dışında başka açık alan rekreasyonlarına da ilgili oldukları, yamaç paraşütünden önce veya sonra diğer aktivitelere katılım gösterdikleri çıkarılabilir. Buradan hareketle, adrenalin, heyecan, macera hissini ve doyumunu alan bireyler, her defasında daha fazla heyecan, macera ve adrenalin ihtiyacı duyar ve yeni faaliyetlerin keşfi için arayış içerisine girerler (Sarıbaş ve Öter, 2013: 55).

Araştırmada katılımcıların yamaç paraşütü yapma nedenlerini öğrenmeye yönelik pilotlara ve tandem yolculara sorulan sorudan elde edilen bulgulara göre, verilen cevaplara istinaden, uçarken kendilerini özgür hissetmeleri ve uçuyor olmalarının onları rahatlattıkları, uçuş esnasında kendi içlerinde hesaplaştıkları ve huzur buldukları çıkartılabilir. Ayazlar (2015)’ın çalışmasında yer alan, katılımcıların sıklıkla bildirdiği duygular havada olmak, uçabilmekle birlikte özgürlük hissi olarak ortaya çıkmıştır. Havada olmak ve/veya uçuş kabiliyetine sahip olmak, katılımcılara özgürlük hissi vermek anlamına gelir ve araştırmanın bu sonucuyla örtüşür şekildedir. Tüm bunlarla birlikte yamaç paraşütü yapan

bireylerin günlük yaşamlarında da risk almayı sevindikleri, kriz durumlarını yönetebildikleri ve kontrol duygularının oldukça gelişmiş oldukları çıkarımı yapılabilir. Bu da alanyazında yer alan Csikszentmihalyi ve Csikszentmihalyi (1999) ve Bentley ve diğerlerinin (2007) çalışmalarının sonuçları ile benzerlik göstermekte olup Cater (2006)'nın çalışmasının bu sonucu ile zıtlık göstermektedir. Cater (2006) çalışmasında katılımcıların risk almaktan çok, korku ve heyecan aradıklarını belirtmiştir. Deneyimli yolcuların yere gökyüzünden bakmanın onlara vermiş olduğu tadı yaşama ve sosyal çevrelerindeki insanlardan farklı olma isteği ile yamaç paraşütü yaptıkları, ilk defa yamaç paraşütü yapan katılımcılar da bu aktiviteyi merak duygusu ve yükseklik korkularını yenme amaçlı yaptıkları ifade edilebilir. Arsuzfest'te düzenlenen yamaç paraşütü etkinliği memnuniyet faktörlerini belirleme amacıyla sorulan sorudan elde edilen bulgulara göre, pilotların ve çalışanların ilgilerinden memnun kalan katılımcıların, etkinliğin yapıldığı alandan memnuniyetsizliklerini dile getirmişlerdir. Bu memnuniyetsizliği temel sebebi, uçuş yüksekliği ve süresinin kısa olması ve piste çıkış yolunun zorlu ve tehlikeli olmasıdır. Ancak uçuş süresi alanyazında da belirtildiği üzere paraşütün kalitesi, pilotun tecrübesi ve irtifa durumu gibi faktörlere bağlı olduğu gibi (Bako, 2016: 18; Sunar vd., 2018: 1424), uçuş yapılan bölgenin coğrafi konumu ile de birebir ilgilidir. Pist yolu ile ilgili olarak ise, bir önce yapılan Arsuzfest'in yamaç paraşütü etkinliğinde, uçuşların festival alanından uzak olmasından dolayı, bu festivalde festival alanına yakın bir yer seçilmiştir. Ancak ulaşım sıkıntısından dolayı bölge yönetimi kalkış pistine çıkış yolunu yeterli altyapıyı sağlayarak yapmadığından dolayı ulaşım zorlu gerçekleşmiştir. Bu durum ise katılımcıların etkinlik memnuniyetlerini olumsuz yönde etkilemiştir. Bir diğer husus olan koordinasyon memnuniyetsizliği ise yine özel ve kamu desteğinin yetersiz, dolayısıyla envanterlerin yetersiz olmasından kaynaklı olarak, planlanan saatler dışına çıkılmasına ve piste gidiş ve dönüşün oldukça düzensiz olmasına neden olmuştur. Son olarak festival değerlendirmesi alınan katılımcıların görüşüne göre; etkinliklerin çeşitliliği, doğa sporlarına verilen önemin artması ve sosyalleşme açısından festival önemlidir. Özellikle bu gibi etkinliklerin az yapıldığı bölgelerde gerçekleştirilen bu etkinlikler bölgede yaşayan halk, bölgeye gelen katılımcılar ve bölgenin tanınabilmesi adına son derece önemlidir. Ancak festivale verilen önemi arttıran en önemli unsur da festival ve kamp alanlarının temizliği, güvenilirliği ve ulaşımında kolaylığın olmasıdır. Katılımcıların bir çocuğunun değerlendirmesi de festival alanının ve kamp alanının temizliği ve hijyeni, güvenlik önlemlerinin yetersizliği, yönlendirme levhaları ve personel yetersizliği üzerine olmuştur. Bu hususta festival yönetiminin gerekli ekipmanları ve yetersizlikleri üzerine daha fazla çalışmaları gerekmektedir. Aksi takdirde bir sonraki festivale ve festivallere bu gibi sebeplerden dolayı katılımın düşeceği düşünülmektedir. Dolayısıyla bu gibi etkinliklere sıkça katılan katılımcıların, memnuniyet faktörünü diğer faktörlerden daha önemli görmeleri ve memnuniyetin geri gelme niyeti üzerinde pozitif etkilerinin olduğu, (Chi vd., 2008; Duman & Öztürk., 2005; Ekinci vd., 2006; Gallarza vd., 2002; Öztürk & Şahbaz, 2017; Saçlı & Ersöz, 2019) çalışmalarının sonuçlarında da görülmektedir.

Katılımcıların tüm bu görüşleri ışığında ve elde edilen bulgular doğrultusunda, festivallerin ve bu gibi etkinliklerin iyileştirilmesi adına çeşitli öneriler getirilmiştir.

Yamaç Paraşütü etkinliği için,

- Yamaç paraşütü etkinliği hakkında daha fazla reklam yapılması ve mevcut reklamların iyileştirilmesine yönelik çalışmalarda bulunulması ile söz konusu etkinliğe katılımın daha fazla olacağı,
- Etkinlik için belirlenen “Takeoff” pistine çıkış yolunun düzeltilmesi, yaşanabilecek olası tehlikeli durumların ihtimalini azaltacağı,
- Etkinlik esnasında iletişimin daha koordineli olması ve gerekli tüm envanterlerin yedekleri ile birlikte etkinlik alanında muhafaza edilmesi yaşanabilecek olası aksaklıkları giderebileceği,
- Yerel yönetimin bu tarz etkinliklere sponsor olması ile etkinlik katılımcılarının daha iyi ağırlanacağı ve bu gibi iyileştirmeler ile etkinliğin daha verimli olacağı öngörülmektedir.

Festivalin geneli için ise,

- Öncelikle bu gibi festival, karnaval vb. etkinliklerin az yapıldığı bölgelerde, festivalin tanıtım ve reklam çalışmalarının daha etkin bir şekilde yapılması, hem yöre halkının sosyalleşmesi ve etkinlik turizminin faydaları hakkında bilinçlenmesi hem de bölge ekonomisinin kalkınması adına çalışmalara özen gösterilmesi gerekmektedir.
- Bölge yönetiminin festival süresi boyunca her alanda aktif rol alması, festival ve kamp alanlarına ulaşım imkânlarını, özellikle bu süre içerisinde daha aktif gerçekleştirilmesi ve yerel esnafın fiyat politikalarına müdahale etmesi, festival katılımcılarının festivalden memnun ayrılması adına oldukça önemli olacağı düşünülmektedir.
- Özellikle kamp alanlarında yer alan tuvalet ve duş kabinlerinin daha temiz ve daha derli olması festival katılımcılarının hijyen konusunda endişe yaşamamasına olanak sağlayacak olduğu,
- Ayrıca bu gibi festivallerde görsel sunum ve yerel istihdam, dikkat edilmesi gereken önemli hususlardan olup, festival süresi boyunca yeterli personelin bulundurulması ve yeterli yönlendirmelerin (levha, personel vb.) sağlanması festival esnasında katılımcıların istekleri ve ihtiyaçlarının daha hızlı karşılanması adına oldukça önemli olduğu öngörülmektedir.

Bu araştırma Arsız Doğa ve Su Sporları Festivali alanında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sınırlılıkları nedeni ile açık alan rekreasyonlarından ve aynı zamanda macera aktivitelerinden biri olan yamaç

paraşütü etkinliğine katılan katılımcılardan veri toplanmıştır. Yapılacak diğer araştırmalarda kişi sayısı ya da nitelikleri değiştirilip çalışma kapsamı genişletilebilir. Farklı açık alan rekreasyonlarına katılan bireylerle, nicel ya da nitel görüşmeler yapılarak farklı araştırma konuları oluşturulabilir. Bu araştırmadan elde edilen bulgular ve sonuçların gelecekteki çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Aksu, Ö., Kılıç, C., Düzgüneş, E., Araz, N., & Öztürk, K. (2017). Altındere Vadisi Milli Parkı kullanıcılarının rekreasyonel memnuniyetinin belirlenmesi. *Ormanlık Araştırma Dergisi*, 4(1), 30-45.

Ardahan, F., & Lapa Yerlisu, T. (2011). Açık alan rekreasyonu: Bisiklet kullanıcıları ve yürüyüşçülerin doğa sporu yapma nedenleri ve elde ettikleri faydalar. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 1327-1341.

Ashford, B., Biddle, S. & Goudas, M., (1993). Participation in community sport centres: Motives and predictors of enjoyment. *Journal of Sport Science*, 11(3), 249- 256.

Atsız, O., Akova, O., & Ertuğral, S, M., (2017). Rekreasyon deneyimi, destinasyon memnuniyeti ve sadakati arasındaki ilişkinin belirlenmesi: Munzur Vadisi Milli Parkı üzerine araştırma. *4th International Regional. Development Conference. Proceeding Book*. 21-23 September, Tunceli.

Axelsen, M. (2009). The power of leisure: I was an anoexic; I'm now a healthy triathlete. *Lesiure Sciences*, 31(4), 330-346.

Ayazlar, R. A. (2015). Flow phenomenon as a tourist experience in paragliding: A qualitative research. *Procedia Economics And Finance*, 26, 792-799.

Bako, A.G. (2016). *Alternatif turizm kapsamında şarap turizmi: Kula'yı ziyaret eden şarap turistlerine yönelik bir inceleme*, (Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Batman, Z. & P., Demirel, Ö. (2015). Altındere Vadisi Meryemana Deresi güzergâhında doğa temelli turizm etkinliği: Yamaç paraşütü. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(11), 13-26.

Beggs, B. A., Stitt, J. E. & Elkins, D. J. (2004). Leisure motivation of participants and nonparticipants in campus recreational sports programs. *Recreational Sports Journal*, 28(1), 65-77.

Bentley, T. A., Page, S. J., & Macky, K. A. (2007). Adventure tourism and adventure sports injury: the New Zealand experience. *Applied Ergonomics*, 38(6), 791-796.

Birinci, M. C. (2018). *Boş zaman motivasyonu ve davranışsal niyet ilişkisinde boş zaman tatmininin aracılık etkisi ve rekreasyonel hizmet kalitesinin düzenleyici rolü: Rekreasyonel kayak etkinliğine ilişkin bir çalışma.* (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Butler, R. (1998). Rural recreation and tourism, B. Ilbery (Der.), *The geography of rural change* içinde (ss. 211-232). Addison Wesley Longman, Harlow.

Cater, I.C. (2006). Playing with risk? Participant perceptions of risk and management implications in adventure tourism. *Tourism Management*, 27, 317-325.

Chi, C. G-Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(1) 624-636.

Chmielewska, A. (2014). The risk in paragliding tourism practiced by the ditiesabled. *Journal of Health Policy, Insurance & Management/Polityka Zdrowotna*, 14(4), 97-104.

Çetinkaya, G., Erman, A., & Uzun, M. S. (2015). Rekreasyonel amaçlı park kullanıcılarının memnuniyet ve memnuniyetsizlik faktörlerinin belirlenmesi. *International Journal of Human Sciences*, 12(1), 851-869.

Demir, C. & Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve çevre yönetimi*. Ankara. Nobel Yayın Dağıtım

Duman, T., & Öztürk, A. (2005). Yerli turistlerin Mersin Kızkalesi destinasyonu ve tekrar ziyaret niyetleri ile ilgili algılamaları üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(1), 9-23.

Edington, C. R., Hanson, C. J. & Edington, S. R. (1992). *Leisure programming: Concepts, trends, and professional practice* (2nd ed.). Dubuque, IA: Brown and Benchmark.

Ekinci, Y. & Hosany, S. (2006). Destination personality: An application of brand personality to tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 45(1), 127-139.

Emir, E. (2012). *Rekreatif etkinliklere katılımın önündeki engellerin belirlenmesi: Üniversite öğrencileri örneği*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.

Eryılmaz, G., & Akgündüz, Y., (2017). Bireyleri rekreatif faaliyetlere yönelten motive edici faktörler. *Journal of Recreation and Tourism Research (JRTR)*, 4 (1), 13-26

Fasching, G., Schippinger, G., & Pretscher, R. (1997). Paragliding accidents in remote areas. *Wilderness & Environmental Medicine*, 8(3), 129-133.

Franke, K.M., Siebert C.H., & Pforringer, W. (1991). Paragliding Injuries, *Br J Sp Med*. 25(2), 98-101.

Gallarza, M. G., Saura, I. G., & Garcia, H. C. (2002), Destination image towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 56-78.

Hardiman, N. & Burgin, S. (2011). Canyoning adventure recreation in the Blue Mountains World Heritage Area (Australia): The canyoning trends over the last decade. *Tourism Management*, 32, 1324 – 1331.

Hazar, A. (2014). *Rekreasyon ve animasyon*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Ingram, C. D. & Durst, P. B. (1989). Nature-oriented tour operators: Travel to developing countries. *Journal of Travel Research*, 28(2), 11-15.

Iwasaki, Y. (2007). Lesiure and quality of life in an international and multicultural context: What are major pathways linking leisure to quality of life, *Social Indicators Research*, 82, 233-264.

İbrahim, H. & Cordes, K.A. (2002) *Outdoor recreation, enrichment for a lifetime*. Second Edition. Sagamore Publishing, II.

Jensen C. & Naylor J. (1999). *Opportunities in recreation and leisure careers*. USA: Contemporary Publishing Company.

Karademir, Y. & Güven, Ö. (2016). Türkiye’de yamaç paraşütçülerinin problemleri. *International Journal of Social Science*, 48, 433-457.

Keskin, M., Akova, O. & Öz, M. (2015). Turizm eğitimi alan öğrencilerin rekreasyonel etkinliklere katılımlarının önündeki engellerin belirlenmesine yönelik bir çalışma. *Journal of Recreation and Tourism Research (JRTR)*, 2(4), 37-45.

Kil, N., Holland, S. M. & Stein, T. V. (2014). Structural relationships between environmental attitudes, recreation motivations, and environmentally responsible behaviors. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 7(8),16–25.

Madrigal, R., (2006). Measuring the multidimensional nature of sporting event performance consumption. *Journal of Leisure Research*, 38(3), 267- 292.

Mekinc, J., & Mušič, K. (2016). Elements of safety in paragliding. *Annales Kinesiologiae*, 7(1), 67-80.

Metin, T.C., Kesici, M. & Kodaş, D. (2013). Rekreasyon olgusuna akademisyenlerin yaklaşımları. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*. 30(8), 5021-5048.

Mutlu, İ., Yılmaz, B., Güngörmüş, H. A., Sevindi, T., & Gürbüz, B. (2011). Bireyleri rekreasyonel amaçlı egzersize motive eden faktörlerin çeşitli değişkenlere göre karşılaştırılması. *Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dergisi*, 13(1), 54–61.

Müderrişoğlu, H., Aşıkutlu, H. S., Kalaycı, A., & Salantur, B. (2006). Rekreasyonel motivasyonların belirlenmesi: Spor tesisi örneği. *Düzce Üniversitesi Ormancılık Dergisi*, 2(2), 15-23.

Müderrişoğlu, H., Aydın, Ş. Ö. & Demir, Z. (2009). Su kenarı rekreasyonel aktivitelerinde kullanıcı memnuniyetinin belirlenmesi; Boşluk (gap) analizi yöntemi, *I. Ulusal Batı Karadeniz Ormancılık Kongresi Bildiriler Kitabı*, Özel Sayı, Cilt 1, Bildirileri içinde (ss. 186-192).

Özesen, E. (2007). *Determination of the factors that motivating the outdoor & recreational sports consumer in the case of daily rafting trip on Melen River* (Unpublished Doctoral Dissertation). Middle East Technical University, Graduate School of Social Sciences, Ankara.

Öztürk, Y & Şahbaz, P. (2017). Algılanan destinasyon imajının tekrar ziyaret niyeti ve tavsiye davranışı üzerine etkisi: Ilgaz Milli Parkı'nda bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), s. 3-21.

Page, S. J., Bentley, T. A., & Walker, L. (2005). Scoping the nature and extent of adventure tourism operations in Scotland: How safe are they?. *Tourism Management*, 26(3), 381-397.

Patry, D. A., Blanchard, C. M., & Mask, L. (2007). Measuring university students' regulatory leisure coping styles: Planned breathes or avoidance?. *Leisure Sciences*, 29, 247-265.

Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation*. Newbury Park, CA: Sage.

Pomfret, G. (2006). Mountaineering adventure tourists: A conceptual framework for research. *Tourism Management*, 27(1), 113-123.

Rekand, T. (2012). The epidemiology of injury in hang-gliding and paragliding. In epidemiology of injury in adventure and extreme sports *Karger Publishers*, 58, 44-56.

Roberts, L. & Hall, D. (Eds.). (2001). *Rural tourism and recreation: Principles to practice*. CABI.

Rosenthal, D. H., Waldman, D. A. & Driver, B. L. (1982). Construct validity of instruments measuring recreationists' preferences. *Leisure Sciences*, 5(2), 89-108.

Saçlı, Ç. & Ersöz, B. (2019). Festival katılımcılarının destinasyon imajı algılarını oluşturan faktörlerin belirlenmesi: Adana şalgam ve kebab festivali örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (1), 185-204.

Sarıbaş, Ö., (2015). *Turistlerin Rekreasyon Faaliyetlerine Katılımlarını Etkileyen Unsurlar; Antalya ve İzmir Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Sarıbaş, O. & Öter, Z. (2013). Risk as a motivation in adventure tourism and its use in terms of tourism marketing. *8th Silk Road International Conference, Development of Tourism in Black and Caspian Seas Regions* Tbilisi – Batumi, Georgia, (ss. 53-57).

Schulze, W., Richter, J., Schulze, B., Esenwein, S. A. & Büttner-Janz, K. (2002). Injury prophylaxis in paragliding. *British Journal Of Sports Medicine*, 36(5), 365-369.

Sıvalıoğlu, P. & Berköz, L., (2012). Doğal korunan alanlarda ziyaretçi memnuniyeti. *Kazdağları III. Ulusal Sempozyumu*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 130-138.

Smith, S. & Godbey, G.C. (1991). Leisure, recreation and tourism, *Annals of Tourism Research*. 18, 85-100.

Sunar, H., Gökçe, F., Gökçe, H. & Şahin, M. (2018). Alternatif turizm türü olarak yamaç paraşütü potansiyeli: Hatay örneği, *VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*. Bildirileri içinde (ss. 1422-1429).

Sung, H. H. (2000). *An analysis of the adventure travel market: From conceptual development to market segmentation*. (PhD Dissertation). Purdue University, USA.

Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S. & Pomfret, G. (2003). *Adventure tourism the new frontier*. Burlington, MA.: Elsevier Science Ltd.

Şener, A., Terzioğlu, R. G. & Karabulut, E. (2007). Life satisfaction and leisure activities during men's retirement: A Turkish sample, *Aging and Mental Health*, 11 (1): 30- 36.

Tonge, J., Moore, S.,A. & Taplin, R., (2011). Visitor satisfaction analysis as a tool for park managers: A review and case study. *Annals of Leisure Research*, 14(4), 289-303.

Torkildsen, G. (1992). *Leisure and recreation management*. 3. Edition, London.

Torkildsen, G. (2005). *Torkildsen's Sport and Leisure Management*. New York: Routledge Press

Tuban, B. (2019). *Bir alternatif turizm türü olarak yamaç paraşütü: Uçmaktelere üzerine bir çalışma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tekirdağ.

Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlüğü (2019). <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 08.08.2019)

Tütüncü, Ö., & Aydın, İ. (2014). Toplum ve açık hava rekreasyon faaliyetleri: ABD örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 118-120.

Weber, K. (2001). Outdoor adventure tourism a review of research approaches. *Annals of Tourism Research*, 28(2),360-377.

Wilkes, M., MacInnis, M. J., Witt, M. J., Vergalla, M., Verschave Keyzers, M., Thomas, A., & Hawkes, L. A. (2017). Free flight physiology: paragliding and the study of extreme altitude. *High Altitude Medicine & Biology*, 18(1), 90-91.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yüncü, D., Coşkun, İ. O., Sevil, T., Özel, Ç. H., Yüncü, H. R. & Şimşek, K.Y. (2013). *Rekreasyon yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Yayın Geliş Tarihi: 13.11.2018
Yayına Kabul Tarihi: 02.08.2019
Online Yayın Tarihi: 19.12.2019
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.482445>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1271-1304
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

SU ALTI DALIŞ MOTİVASYONU: DEMOGRAFİK VE DENEYİMSEL ÖZELLİKLER BAKIMINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Osman ÇULHA*
Eren GÖNÜL**

Öz

Türkiye, su altı dalış için önemli bir potansiyele sahip olmasına rağmen su altı dalışından hak ettiği ilgiyi görememektedir. Söz konusu durumun su altı dalış yapanların ihtiyaçlarının tam olarak anlaşılmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Dalış motivasyonu hedef pazarın anlaşılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmanın temel amacı su altı dalış yapanların motivasyonlarını belirlemektir. Daha özelden su altı dalış yapanları su altı dalış yapmaya iten (push) ve çeken (pull) motivasyon faktörlerinin neler olduğunu belirlemek ve bu motivasyonların demografik özelliklere ve deneyim durumuna göre değişip değişmediğini tespit etmek bu çalışmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Çalışma için gerekli olan veriler Türkiye'deki dalış merkezine ve dalış merkezlerinin Instagram hesaplarına üye olan dalgıçlardan çevrimiçi ortamdaki anket yoluyla toplanmıştır. Toplam 261 dalış yapandan elde edilen verilerin analizi sonucunda dalış yapmaya iten en önemli motivasyonun dalış deneyimi, çeken en önemli motivasyonun temel dalış özellikleri olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca dalış yapanları dalış yapmaya çeken hiçbir motivasyon faktörü demografik ve deneysel özelliklere göre anlamlı bir farklılığa sahip olmazken, dalış yapmaya iten bir faktör olarak prestij ve kişisel başarı motivasyonunun demografik özelliklerden yaşa ve aylık gelire göre anlamlı bir farklılığa sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda destinasyon ve dalış merkezi yöneticileri için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Su Altı Dalış, Dalış Motivasyonu, İten ve Çeken Faktörler, Turizm.*

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Culha, O. & Gönül, E. (2019). Su altı dalış motivasyonu: Demografik ve deneysel özellikler bakımından değerlendirilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1271-1304.

* Doç. Dr., Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ORCID: 0000-0003-2024-4582, osman.culha@alanya.edu.tr

** Öğr. Gör., Adnan Menderes Üniversitesi, Didim Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, ORCID: 0000-0003-4668-5490, egonul@adu.edu.tr

UNDERWATER DIVING MOTIVATION: EVALUATION IN TERMS OF DEMOGRAPHIC AND EXPERIMENTAL FEATURES

Abstract

Turkey, despite having a significant potential for underwater diving can not see the attention it deserves from it. This is thought to be due to a lack of understanding of the needs of underwater divers. Diving motivation plays an important role in understanding the target market. The main purpose of this study is to determine the motivations of underwater diving. More specifically, to determine the motivational factors that “push” and “pull” underwater divers and whether these factors change in accordance with demographic features and experience status are sub purposes of this study. The data required for the study was collected from divers who are members of diving centers and their Instagram accounts via online questionnaire in Turkey. As a result of the analysis of data obtained from a total of 261 divers, it has been determined that the most important “push” motivation factor is the diving experience, while “core diving features” is the most important “pull” motivation factor. Moreover, any motivation factor that pulled divers to dive had not a significant difference according to demographic and experiential characteristics, while only the prestige and personal success motivation, as a pushed factor, had a significant difference according to age and monthly income in demographic characteristics. In this direction, suggestions have been offered for destinations and the managers of diving centers.

Keywords: Underwater Diving, Diving Motivation, Push and Pull Factors, Tourism.

GİRİŞ

Su altı dalış dünyada çok hızlı gelişmekte olan spor (Geldenhuys vd., 2014; Kubaş vd., 2006) ve turizm aktivitelerinden biridir (Davis & Tisdell, 1996; Lucrezi vd., 2013; Mundet & Ribera, 2001). Temel seyahat motivasyonu dalış olan aktif dalgıçlar son zamanlarda sıcak suya sahip olan çok popüler alternatif destinasyon arayışı içine girmişlerdir (Vanhamäki, 2008). Küresel ölçekte beş veya yedi milyon aktif dalgıç boş zaman aktivitesi olarak dalış ile ilgilenmektedir. Bu sayının yarısı Amerika Birleşik Devletleri orijinli olup (Haden, 2007) Avrupa’da ise 4 milyona yakın sertifikalı dalgıç bulunmaktadır. Bu dalgıçların dörtte biri hem yeni dalış deneyimleri kazanmak hem de farklı yerlerde dalış yapmanın zevkini yaşamak için her yıl farklı bölgeleri ziyaret etmektedirler (Top vd., 2013). Toplam gerçekleştirilen dalış seyahatleri ise yıllık üç veya dört milyondur (Haden, 2007). Dünya Turizm Örgütü’ne ve bu örgütün 2020 vizyonuna göre su altı dalış türlerinden biri scuba dalış pazarı gelecek 10 yılda büyüme gösterecektir (Garrod & Gössling, 2008). Söz konusu durum turizmin özel bir türü su altı dalış, turizm sezonun uzmasına (Mundet & Ribera, 2001) ve turizmin uluslararası bir boyut kazanmasına olanak sağlamaktadır (Akkoç, 2013; Yaşar, 2011).

Su altı dalış riskli ve tehlikeli olmasına rağmen hangi motivasyon faktörlerinin bu riskli aktivite ile ilgilenmesine neden olduğunun cevaplanması gerekmektedir (Meyer vd., 2002). Su altı dalış aktivitesine katılanların

motivasyonlarının belirlenmesine yönelik yurt dışı kaynaklı tatmin edici sayıda çalışma bulunmaktadır (Augustine vd., 2015; Dearden vd., 2006; Ditton vd., 2002; Edney, 2012; Edney & Spennemann, 2014; Fuchs vd., 2016; Geldenhuys vd., 2014; Giglio vd., 2015; Yarwasky & Furst, 1996; Kubaş vd., 2006; Lucrezi vd., 2013; Meisel & Cottrell, 2004; Meyer vd., 2002; Mundet & Ribera, 2001; Pabel & Coghlan, 2011; Rangel vd., 2014; Suardana, 2016; Tschapka & Kern, 2013; Todd vd., 2002; Uyarra vd., 2009; Wong vd., 2013). Ancak su altı dalış yapma motivasyonunu etkileyen faktörlerin neler olduğunun araştırılması bugüne kadar yurt içi kaynaklı sınırlı araştırmacının (Akkoç, 2013; Böyükelhan, 2014; Çulha & Uşaklı, 2012) ilgisini çekmiştir. Ayrıca çalışmalar incelendiğinde hem dalış yapmanın kendisinden hem de dalış merkezi ve merkezin bulunduğu destinasyonun özelliklerinden kaynaklı dalgıçları motive eden unsurların bir arada araştırıldığı sınırlı sayıda çalışma (Augustine vd., 2015; Çulha & Uşaklı, 2012; Dearden vd., 2006; Edney & Spennemann, 2014) bulunmakta olup çalışmalarda sadece tek bir açıdan dalış yapanların motivasyonlarına odaklanıldığı anlaşılmaktadır.

Türkiye, su altı dalış turizmi için büyük bir potansiyele sahip olmasına (Yarmacı vd., 2017), tur düzenleyicilerinin ve deniz turistlerinin ilgisini çekmesine (Sevinç & Özel, 2018) ve giderek artan sayıda dalış tutkunu tarafından tercih edilmesine rağmen harcama türlerine göre turizm gelirleri incelendiğinde, eğitim ve kültür konuları ile birlikte dikkate alınan spor harcamalarından su altı dalış eğitim ve kültür içindeki payı bilinmemekle birlikte diğer harcama türleri ile karşılaştırıldığında “spor, eğitim, kültür” harcamaları (su altı dalış sporunun içinde yer aldığı tüm spor dalları için yapılan harcamalar dikkate alınsa bile) toplam 14 harcama türü içerisinde son iki yıl hariç diğer yıllarda hediyeelik eşya, sağlık, tur hizmetleri, halı kilim ve cep telefonu dolaşım harcamalarından sonra dönem dönem küçük değişiklikler olsa da 13. sırada yer alırken son iki yılda ise (2015-2016) hediyeelik eşya ve sağlık harcamalarından sonra 10. sırada yer almaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2017). Bu sonuçlar su altı dalış yapanların niçin bu sporu yaptığının, ihtiyaç ve isteklerinin neler olduğunun tam olarak anlaşılmasından mı ve/veya bu ihtiyaç ve beklentilerine uygun olanakların sunulmamasından mı kaynaklandığı sorularını akıllara getirmektedir. Halbuki su altı dalış yapanların davranışları bağlamında dalış motivasyonları, hedef pazarın (su altı dalgıçları) ihtiyaçlarının anlaşılmasında ve dalış merkezlerinin bu ihtiyaçlara göre hizmetlerini geliştirmesinde önemli bir role sahiptir (Bentz vd., 2016; Geldenhuys vd., 2014; Giglio vd., 2015).

Bu çalışmanın amacı su altı dalış yapanları dalış yapmaya iten (push) ve çeken (pull) motivasyon faktörlerin neler olduğunu bütüncül olarak belirlemek ve bu motivasyonların demografik özelliklere ve deneyim durumuna göre değişip değişmediğini tespit etmektir. Çalışma bulguları Türkiye’de faaliyet gösteren dalış merkezlerinin etkinliklerini daha iyi planlamasına yardımcı olacaktır. Ayrıca motivasyon faktörlerinin demografik özelliklere ve deneyim durumuna göre değişip değişmediğinin belirlenmesi ile dalış yapanlara yönelik pazar

bölümlendirme, pazarlama karması oluşturma, strateji geliştirme gibi pazarlama faaliyetlerinin daha etkin bir şekilde gerçekleştirilmesine olanak sağlanmış olacaktır. Konunun daha iyi anlaşılması için bundan sonraki bölümlerde su altı dalış motivasyonunun nedenleri ve bu motivasyonun durumu demografik özelliklere ve deneyim düzeylerine göre anlatılacak olup daha sonra çalışmanın yöntemi, bulguları ve sonuçları hakkında bilgiler verilecektir.

ALANYAZIN TARAMASI

Sualtı Dalış Motivasyonu

Motivasyonu anlamak doğası gereği zordur (Wong vd., 2013). Ancak değişik yaklaşımlar motivasyonun anlaşılmasına olanak sağlamaktadır. Herhangi bir aktiviteye katılım motivasyonu beklenti-değer temelli açıklanmaktadır. Bu yaklaşıma göre motivasyonun temel belirleyicileri elde edilecek çıktıların çekiciliği ve katılımın istenilen çıktılar ile sonuçlanmasına yönelik beklentidir. Yaklaşım ayrıca bireylerin bir aktiviteye katılması için çeşitli türden güdülere sahip olabileceğini ileri sürmektedir (Todd vd., 2002). Crompton (1979)'a göre bireylerin mevcut bir aktivite ile ilgilenmesine neden olan motivasyon faktörleri aktivite yapmaya iten (push) ve çeken (pull) olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Çeken faktörler destinasyonla ilişkili olup konaklama, çekicilikler, sahiller gibi somut özellikleri işaret etmektedir. İten faktörler kişinin kendisi ile ilişkili olup kaçış, dinlenme ve rahatlama isteği gibi içsel motivasyonlarla ilişkilidir (Meisel & Cottrell, 2004).

Su altı dalış motivasyonunun ne olduğu sorusu birçok çalışmada çeşitli şekillerde yanıt bulmaktadır. Su altı dalış heyecan ve macera yaşamak (Çulha & Uşaklı, 2012; Ditton vd., 2002; Meyer vd., 2002; Lucrezi vd., 2013; Sevinç & Özel, 2018; Todd vd., 2002; Yarwasky ve Furst, 1996), eğlenmek (Ditton vd., 2002; Meyer vd., 2002; Sevinç & Özel, 2018; Todd vd., 2002; Yarwasky & Furst, 1996), iyi hissetmek, gerilimi azaltmak (Yarwasky & Furst, 1996), yeni ve farklı şeyler yapmak (Todd vd., 2002), birşeyleri keşfetmek (Çulha & Uşaklı, 2012; Geldenhuys vd., 2014; Lusby & Cottrell, 2008; Meyer vd., 2002; Meisel & Cottrell, 2004; Sevinç & Özel, 2018), günlük rutin ortamdan kaçmak (Meisel & Cottrell, 2004; Çulha & Uşaklı, 2012; Geldenhuys vd., 2014; Lucrezi vd., 2013; Todd vd., 2002), sosyal etkileşim kurmak (Cottrell & Meisel, 2004; Çulha & Uşaklı, 2012; Lucrezi vd., 2013; Suardana, 2016; Sevinç & Özel, 2018; Todd vd., 2002), kişisel başarı elde etmek (Cottrell & Meisel, 2004; Geldenhuys vd., 2014; Suardana, 2016; Todd vd., 2002), su altındaki hayvan ve bitki yaşamını (Augustine vd., 2015; Ditton vd., 2002; Dearden vd., 2006; Lusby & Cottrell, 2008; Meyer vd., 2002; Meisel & Cottrell, 2004), tarihi öneme sahip batıkları, eserleri ve deniz yaşamını görmek (Edney, 2012; Edney & Spennemann, 2014), su altında huzur bulmak (Ditton vd., 2002; Edney, 2012; Edney & Spennemann, 2014), dinlenmek (Ditton vd., 2002; Geldenhuys vd., 2014; Sevinç & Özel, 2018), kirlenmemiş doğal çevreyi deneyimlemek (Ditton vd., 2002), zevk almak, kişisel gelişme ve deneyim

kazanmak (Çulha & Uşaklı, 2012), rahatlamak (Lucrezi vd., 2013), bilgi, beceri ve yetkinlik kazanmak (Dearden vd., 2006; Suardana, 2016), mutlu olmak, keyif almak, stresten uzaklaşmak, kendini tanımak (Sevinç & Özel, 2018) gibi kişinin kendisi ile ilişkili nedenlerle yapıldığı anlaşılmaktadır.

Kişinin kendisi ile ilişkili faktörlerin yanı sıra deniz yaşamının zenginliği (mercan ve resif renginliği, tarihi gemi batıkları) ve çeşitliliği (nadir ve büyük balıklar, kaplumbağa, süngerler) (Giglio vd., 2015; Mundet & Ribera, 2001; Pabel & Coghlan, 2011; Uyarra vd., 2009), su altı görselliği ve manzarası (Pabel & Coghlan, 2011; Uyarra vd., 2009), deniz yüzey koşulları, giriş noktası koşulları, su altı mevcut durumu (Augustine vd., 2015; Uyarra vd., 2009), bozulmamış su altı alanları, iyi su altı görünüşü, eşsiz çevre (Dearden vd., 2006), deniz suyu temizliği, alt yapı kalitesi, dalış mevsiminin tarihi, yöre halkının dostluğu, güvenlik, iyi iletişim hizmetleri, izin alma kolaylığı, tamamlayıcı turistik olanaklar (Mundet & Ribera, 2001), hava durumu (Uyarra vd., 2009), coğrafi yakınlık, konaklama ve yiyecek hizmetlerinin fiyatları (Kubaş vd., 2006; Mundet & Ribera, 2001), doğal ortamın güzelliği (Giglio vd., 2015; Kubaş vd., 2006), dalış eğitmenlerinin bilgisi ve verdikleri bilgiler (Dearden vd., 2006; Pabel & Coghlan, 2011), güvenlik önlemleri (Augustine vd., 2015; Pabel & Coghlan, 2011), kiralık ekipman, seyahatin maliyeti, dalış botunun rahatlığı, bottaki yemekler, dalış merkezine geçiş uzunluğu, müşteri hizmetleri, eğitim olanakları (Pabel & Coghlan, 2011), yardımsever çalışanlar (Giglio vd., 2015) gibi dalış merkezi ve/veya destinasyonla ilişkili faktörlerin de dalış yerinin seçimini ve dalış yapma motivasyonunu etkilemektedir.

ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Demografik Özellikler ve Su Altı Dalış Motivasyonu

Türkiye’de kadın ve erkek dalgıçlar arasındaki sayısal fark erkek dalgıçlar lehine (E=6792, K=2651) devam etmektedir (Spor Genel Müdürlüğü, 2017). Su altı dalışın daha çok erkekler tarafından yapılmasının temel nedeni erkek dalgıçlar için “risk-tehlike” unsurlarının sıra dışı motivasyon araçları olması (Musa vd., 2011), erkeklerin maceraya, yeni aktivitelere katılmaya, bilinmezliğin verdiği duyguların peşinden gitmeye ve kendi sınırlarını tanımaya daha istekli olması ve kültürümüz içinde kadına verilen statü ve görevlerdir (Böyükelhan, 2014). Bu bağlamda cinsiyet bakımından erkek ve kadın dalgıçların su altı dalış motivasyonlarının iten ve çeken faktörler bağlamında farklılık göstermektedir. Meyer vd. (2002)’ne göre kadın dalgıçları motive eden unsurlar arasında ağırlıklı olarak erkeklerin yaptığı bir aktivitede kendini kanıtlamak, özgüvenini artırmak, yaratıcı ve zorlu birşey yapmak, su altı çevresini öğrenmek gibi içsel faktörler bulunmakta iken, erkek dalgıçlar için dalış ekipmanlarını kullanmak, önemli tarihi batıkları görmek, ilginç nesnelere toplamak, risk almak gibi daha çok dışsal faktörler ön plana çıkmaktadır. Dalış merkezinin resif koşulları özellikle mercan ve

balık ile ilgili özelliklere yönelik algı cinsiyete göre farklılık göstermektedir (Uyarra vd., 2009). Yazarlara göre balık bolluğu bazında hem erkek hem de kadın dalgıçlar tarafından en çok ve en az tercih edilen bölgelerin seçimi söz konusu olduğunda, sadece erkek dalgıçlar büyük balık bolluğunu tam olarak farkına varmaktadırlar. Sonuç olarak bu durumun temel kaynağı olarak erkek ve kadın dalgıçların ilgi düzeylerindeki farklılıklar gösterilebilir. Cinsiyetler arasındaki motivasyon farklılıklarının beklenmedik bir sonuç olmadığını belirten Edney (2012) yaptığı çalışmada şaşırtıcı olmayan bir şekilde erkek dalgıçların batığın içine girmek, batığın büyüklüğünü/karmaşıklığını, makine ve bağlantı parçalarını keşfetmek gibi batık dalışının daha zorlu yönleri ve batığın mekanik ve teknik yönleri ile ilgilendiğini kadın dalgıçların ise daha çok deniz yaşamını görmekten motive olduğunu ortaya koymaktadır. Benzer şekilde Edney ve Spennemann, (2014)'a göre dalış yapma motivasyonu ile erkek ve kadınların gerçekleştirdikleri dalış türleri bakımından da farklılıklar bulunmaktadır. Gerek yapay batıklar için dalan ve gerekse de bu amaçla dalmayan kadınları motive eden unsurun batık dalışının tarihi yönlerinden daha ziyade dalışın deniz yaşamını görmek, su altı çevresinin huzurunu deneyimlemek gibi çevresel yönleri ilgili olduğu tespit edilirken benzer bir farklılık erkek dalgıçlar arasında olmadığı görülmektedir. Diğer taraftan batığın büyüklüğü/karmaşıklığı, makine ve bağlantı parçalarını keşfetme, insan yapımı nesnelere araştırmak ve toplamak gibi materyal temelli motivasyon yapay batıklara dalan kadınlar için en az ilgi duyulan bir konu iken yapay batıklara dalan erkekler için en fazla ilgi duyulan bir konu haline gelmektedir. Böyükelhan (2014) tarafından yapılan çalışmada erkeklerin kadınlara göre su altı dalış aktivitesini neden yaptığını bilmeme ve bu aktivitenin kendisine uygun olmadığına yönelik motivasyonsuzluk düşünceleri daha ağır basmakta ve bu spor erkekler tarafından kadınlara göre kendilerini daha özgür, yüce, asil, rahat hissetmelerine olanak sağlamak, daha çok takdir edilmek, dinamik bir insan olduğunu göstermek, hiçbir iş yapmayan bir insan gibi görünmek ve başka işleri yapmaktan kurtulmak gibi dışsal düzenlemeler nedeniyle yapılmaktadır.

Her ne kadar fiziksel çabaya dayalı bir spor olmasından ötürü daha çok genç ve orta yaştakilerin (Geldenhuis vd., 2014; Mundet & Ribera, 2001) yaptığı fikrini akla getirirse de su altı dalışı günümüzde yaşlı nüfusunun artması, dalış ekipmanlarının teknolojik anlamda gelişmesi, dalış risklerinin azalması, iyi gelir seviyesi ve buna bağlı olarak yüksek maliyetli ilave eğitimlerin alınabilmesi yaşlı kişilerin de bu aktiviteye daha fazla katılabilmelerini olanaklı kılmıştır. Dolayısıyla orta yaş ve üstü olan bu dalgıçlar için kaliteli ekipman, minimum risk ve ilave eğitim olanakları önemli motivasyon araçlarıdır (Edney, 2012; Mundet & Ribera, 2001; Musa vd., 2006). Ancak Böyükelhan (2014) tarafından yapılan çalışmada yaşa göre, motivasyonun alt boyutlarından motivasyonsuzluk bakımından anlamlı bir fark bulunurken bilmek ve başarmak, uyarıcı yaşama, özdeşim/içerme atım ve dışsal düzenleme gibi motivasyonunun alt boyutlarında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Diğer bir ifadeyle katılımcıların yaşı arttıkça su altı dalış aktivitesinin neden yapıldığını bilmemeye ve bu aktivitenin kişinin kendisine

uygun olmadığına yönelik motivasyonsuzluk düzeyinin değiştiği görülmektedir. Daha özelden 37 ve üstü yaş grubunda su altı dalışa yönelik motivasyonsuzluk artış göstermektedir.

Turizm faaliyetlerine katılım boş zaman ve harcanabilir gelire sahip olmayı gerektirmektedir. Turizmin bir türü su altı dalış etkinliğine katılım kişilerin aylık gelirleri ile ilişkisi bulunmaktadır. Büyükelhan (2014)'a göre kişilerin aylık gelirlerinin yükselmesi ile dalış sporuna olan ilgi ve tecrübe de artmaktadır. Yazara göre elit kesme hitap etmesi, malzemelerin pahalı olması, eğilimin uluslararası düzeyde olması, eğitim ücretlerinin yüksek olması, tecrübeli rehber dalgıçlar ve personel eşliğinde bu aktivitenin yapılması, güvenlik, eğlence, konaklama ve yeme içmenin doğurduğu ekstra maliyetler bu aktivitenin yüksek gelire sahip olanlara hitap etmesine neden olmaktadır. Gelir seviyesi bakımından motivasyonun uyarıcı yaşama ve özdeşim/içerme atım alt boyutlarında anlamlı farklar bulunurken motivasyonsuzluk, bilmek ve başarmak, dışsal düzenleme alt boyutları bakımından anlamlı bir fark bulunmamaktadır (Büyükelhan, 2014). Diğer bir ifadeyle katılımcıların aylık geliri arttıkça kendilerini daha özgür, yüce, asil ve rahat hissetmeleri gibi uyarıcı yaşama düzeyine ait motivasyon değişmektedir. Benzer durum motivasyonun özdeşim/içerme atım alt boyutunda da görülmektedir. Katılımcıların geliri arttıkça gelişim sağlamak, mutlu olmak, beceri kazanmak, kişinin kendisini diğer yönlerini keşfetmek ve iyi bir ruh haline sahip olmak gibi özdeşim/içerme atım motivasyonlarının düzeyleri de değişmektedir.

Eğitim, doğal çevreye karşı olan duyarlılığı arttıran önemli bir faktördür ve zarar verici etkilerin azaltılması konusunda yön göstericidir. Dalgıçların eğitim seviyeleri arttıkça doğal çevreye gösterdikleri uyum ve sürdürülebilirlik için verdikleri katkı da artmaktadır. Bu nedenlerden dolayı eğitim seviyesi yüksek dalgıçların dalış motivasyonlarını, doğal çevresi bozulmamış, sertifikasyon programlarını buna göre şekillendiren dalış merkezlerinin bulunduğu dalış noktaları arttırmaktadır (Dimmock & Musa, 2015; Musa vd., 2011; Rangel vd., 2014; Thapa vd., 2005). Gelir seviyesi yüksek, iyi eğitilmiş, orta yaş (31-45) dalgıçlar için dalış destinasyonunun uygun konaklama alternatifleri sunması, dalış okulunun profesyonel yaklaşımı ve farklı turistik aktiviteler önemli çekicilik unsuru olarak kabul edilmekte olup, diğer motive edici değişkenler arasında deneyim/bilgi artırma öne çıkmaktadır (Mundet & Ribera, 2001).

Su altı dalış etkinliği aynı zamanda kişinin kendi sosyal yaşamına daha fazla zaman ayırabilmeyi gerektirdiğinden evlilere göre daha fazla bekârların gerçekleştirdiği bir etkinlik olarak karşımıza çıkmaktadır (Büyükelhan, 2014). Motivasyon düzeyleri bakımından evlilerin bekârlara göre bu aktiviteyi daha çok gelişim sağlamak, mutlu olmak, beceri kazanmak, kişinin kendisini diğer yönlerinin keşfetmek ve iyi bir ruh haline sahip olmak gibi motivasyonlarla (özdeşim/içerme atım) yapmaktadırlar. Diğer taraftan evli ve bekârlar arasında motivasyonsuzluk, bilmek ve başarmak, uyarıcı yaşama ve dışsal düzenleme gibi

motivasyonun alt boyutları bakımından anlamlı bir fark bulunmamaktadır (Böyükelhan, 2014).

Demografik faktörlerin dalış motivasyonu ile ilişkisini inceleyen sınırlı çalışmalar ışığında bu çalışmada su altı dalış yapanları dalış yapmaya iten ve çeken motivasyonlarının demografik özelliklerine göre farklılıklara sahip olabileceği varsayılmaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın hipotezleri aşağıda sunulmuştur.

H₁: Su altı dalış yapanların motivasyonları cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.

H₂: Su altı dalış yapanların motivasyonları yaşlarına göre farklılık gösterir.

H₃: Su altı dalış yapanların motivasyonları gelirlerine göre farklılık gösterir.

H₄: Su altı dalış yapanların motivasyonları eğitim durumlarına göre farklılık gösterir.

H₅: Su altı dalış yapanların motivasyonları medeni durumlarına göre farklılık gösterir.

Dalış Deneyimi, Uzmanlaşma, Dalış Sayısı ve Su Altı Dalış Motivasyonu

Öncül çalışmalar su altı dalış motivasyonunun dalış deneyimine, uzmanlaşmaya ve dalış sayısına göre değişik seviyelerde farklılıklara sahip olduğunu göstermektedir. Bu konuda öncül bir çalışma gerçekleştiren Todd vd. (2002), başlangıç, orta, ileri ve uzman olmak üzere dört farklı gelişim seviyesine sahip, kısa süreli eğitimlere katılan öğrencilerin öncül ve ardıl motivasyonları arasında farklılıklar bulunduğunu ortaya koymaktadır. Çalışmada gelişim seviyelerine göre öncül ve ardıl motivasyon ortalamaları karşılaştırıldığında başlangıç seviyesindeki dalgıçların başarıma duygusunu hissetmeye yönelik motivasyonları artarken eğlenme ve başkaları ile rakabet etmeye yönelik motivasyonlarının düştüğü, orta seviyede dalgıçların heyecan, kendini gerçekleştirme, risk almak ve kariyer gibi motivasyon seviyelerinin arttığı, ileri seviyedeki dalgıçların kişisel başarı, beceri geliştirmek ve yaratıcılığı göstermek gibi motivasyonlarının arttığı, uzman seviyesindeki dalgıçların ise yeni ve farklı şeyler yapma, başarıma duygusu hissetme ve risk alma gibi motivasyonlarının arttığı görülmektedir. Bu sonuçlar kısa zaman içerisinde başlangıç seviyesindekilerin başarmak için mücadele ettiklerini, orta seviyedekilerin heyecan ve risk ilgisini çektiğini, ileri seviye katılımcıların kendini gerçekleştirmeye odaklandığını, uzmanların yeni zorluklar aradığını göstermektedir. Benzer şekilde Todd vd. (2002)'ne göre başlangıç, orta, ileri, uzman ve uzmanlık sonrası olmak üzere beş farklı gelişim seviyesine sahip dalgıçların kişisel başarı, statü, kaçış, öğrenme, macera ve sosyal etkileşim motivasyonları bakımından farklılıklar bulunmaktadır. Daha özelden macera ve öğrenme motivasyonunun (içsel motivasyonlar) önemi başlangıç seviyesinden uzmanlık seviyesine kadar artış gösterirken uzmanlık sonrasında azalmaktadır. Diğer taraftan, daha az tecrübeli

dalgıçlar arasında sosyal etkileşim motivasyonunun (dışsal motivasyon) baskınlığı artmaktadır. Gelişim eğrisi boyunca statü ve kaçış motivasyonları (dışsal motivasyon) artarken kişisel başarı motivasyonu (içsel motivasyon) azalmaktadır.

Benzer gelişim seviyelerine (başlangıç, orta, ileri, uzman ve uzmanlık sonrası) göre 28 motivasyon değişkeni arasındaki farkı analiz eden Meisel ve Cottrell (2004) ile Lusby ve Cottrell (2008)'e göre 10 motivasyon değişkeni gelişim seviyelerine göre farklılık göstermektedir. Yazarlara göre başlangıç seviyesindeki dalgıçlar için bu etkinliği yapabildiğini göstermek, etkileyici bir şey yapmak, bilgi ve beceri geliştirmek, deneyim kazanmak, zorlukla mücadele etmek önemli iken bu motivasyonlar gelişim seviyesi arttıkça önemini yitirmektedir. Diğer taraftan rahatlamak, bilgi paylaşmak, dalış ekipmanlarını kullanmak, batıkları görmek gibi motivasyonlar başlangıç ve orta seviyedeki dalgıçlardan daha ziyade uzman dalgıçlar için daha önemlidir. Gündelik yaşamda bir değişiklik yapmak gibi bir motivasyon başlangıç ve ileri seviyedeki dalgıçlar için çok daha önemliken uzmanların dalışı gündelik yaşamın bir parçası olarak görmesi nedeniyle bu motivasyon kendileri için daha az önemlidir. İleri düzey dalgıçlar için dalış ekipmanlarını kullanmak, yeni insanlarla tanışmak, dalış bilgisini ve becerisini paylaşmak ve rahatlamak önemli motivasyon unsurlarıdır. Dearden vd. (2006)'ne göre de dalgıçların düşük, orta ve yüksek uzmanlaşma seviyesine bağlı olarak dalış motivasyonları değişiklik göstermektedir. Daha özelden uzmanlaşma seviyesi arttıkça dalış merkezindeki gözlemlenmesi beklenen denizaltı bitki ve hayvan çeşitliliği önemli hale gelmektedir. Diğer taraftan uzmanlaşma seviyesinin artması ile birlikte dalış bilgisinin aktarılması, dalış becerilerinin geliştirilmesi ve sosyal aktivite deneyimleri daha az önemli hale gelmektedir. Diğer bir ifadeyle daha az uzmanlaşma seviyesine sahip dalgıçlar dalışın temel yönlerine odaklanmakta ve bilgi ve dalış becerilerini geliştirmeye yönelik motive olurlarken uzmanlaşma seviyesi yüksek olan dalgıçlar su altı fotoğrafçılığı gibi dalışın daha özellikli alanlarına odaklanmaktadır. Çevresel motivasyon unsurlarından güzel hava, sıcak su, su altı görünüşünün güzel olması, kolay dalış koşulları, su üstü manzarasının güzel olması, kaplumbağa görme olanakları düşük uzmanlaşma seviyesine sahip dalgıçlar için önemliken güzel fotoğraf çekme fırsatları, balina köpekbalıklarının, diğer köpek balıklarının ve hayalet vatozların varlığı uzman dalgıçlar için dalış merkezinin motive edici özellikleridir. Ayrıca iyi bir dalış uzmanı, iyi bir dalış arkadaşı, dalış uzmanları tarafından verilen bilgi ve dalış botundaki diğer aktiviteler gibi hizmet özellikleri ile ilgili motivasyon unsurlarının önemi uzmanlaşma seviyesi artış gösterdikçe azalmaktadır.

Yapay resif batıklarına dalış deneyimine sahip olanlar ve olmayanların çevresel, tarihi, teknik ve nesne bakımından motivasyonel karşılaştırmasını gerçekleştiren Edney ve Spennemann (2014)'a göre deniz yaşamını görmek, temiz su, su altı çevresinin huzuru gibi sadece çevresel motivasyon unsurlarının deneyime bağlı farklılık göstermektedir. Diğer bir ifadeyle deneyim arttıkça dalış yapmak için çevresel motivasyon azalmaktadır. Buna ek olarak istatistiksel olarak

anlamli olmasa da tarihi ilgilenim ve dalış ile ilgili fotoğrafçılık gibi teknik motivasyon unsurları deneyime bağı olarak artış göstermektedir. Aynı çalışmada sahip olunan sertifika ve dalış sayısı açısından yapılan karşılaştırmada eğitim sertifikasına sahip olanlar için temiz deniz suyunun daha az önemli olduğu, liderlik sertifikasına (dalış uzmanı, eğitici, uzman eğitici) sahip olanlar için ise batık hakkında daha fazla öğrenme ve araştırma yapmanın önemli bir motivasyon unsuru olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca 100 ve daha az dalış yapan acemi dalgıçlar için fotoğrafçılık önemli bir motivasyon unsuru iken 500 ve daha fazla dalışı yapmış deneyimli dalgıçlar için insan yapımı nesnelere araştırmak, batık hakkında daha fazla öğrenme ve araştırma yapmak önemli bir motivasyon unsuru olduğu görülmektedir. Benzer şekilde dalış sayısı, dalış sıklığı ve sahip olunan sertifikalar (açık deniz, gelişmiş açık deniz, dalış uzmanı, uzman eğitimci) gibi dalış deneyimi unsurlarına göre dalış motivasyonları arasındaki ilişkiyi analiz eden Lucrezi vd. (2013)'e göre motivasyon türleri (potansiyel, turist ve uzman) dalış uzmanlığına göre değişiklik göstermektedir. Diğer bir ifadeyle daha deneyimliler deniz yaşamını fotoğraflamak, yeni hayvan ve bitki türleri aramak ve tatmin edici dalış tutkusu yaşamak için dalış yapmakta, sınırlı veya deneyime hiç sahip olmayan potansiyel dalgıçlar ise yeni beceriler öğrenmek, yeni destinasyonları keşfetmek, korkularını yenmek ve başarı duygusu yaşamak için dalış yapmaktadırlar.

Giglio vd. (2015)'ne göre dalgıçların motivasyonları ve deniz yaşam tercihleri deneyimlerine bağı değişiklik göstermektedir. Daha özeldede deneyimli dalgıçlar için tarihi gemi batıkları, mercan ve balık çeşitliliği bir destinasyonun tekrar ziyaret edilmesinde önemliken acemi dalgıçlar için sadece balık çeşitliliği destinasyonun ziyaret edilmesinde önemli bir motivasyon aracı olmaktadır. Bunun yanı sıra deniz yaşam tercihleri dalgıçların deneyim seviyelerine göre değişiklik göstermektedir. Acemi dalgıçlar daha büyük hayvanlarla (büyük balıklar, köpekbalığı ve vatoz, balina ve yunus, kaplumbağa, renkli balıklar) karşılaşmayı tercih ederlerken, deneyimli dalgıçlar daha gizemli hayvanları (gizemli balıklar, küçük omurgasızlar, mercanlar) görmeyi tercih etmektedirler. Uzmanlık seviyesi ile dalgıçların motivasyonları arasında farklılıkların olduğunu ortaya koyan Bentz vd. (2016)'e göre yüksek uzmanlığa sahip dalgıçlar için köpekbalıkları ve hayalet vatozları görmek önemli bir motivasyon kaynağı iken kolay dalış imkanları düşük düzeyde önemli bir motivasyon kaynağıdır. Diğer taraftan düşük uzmanlığa sahip dalgıçlar için hayalet vatozları görmek önemli bir motivasyon kaynağı olmasına rağmen köpek balıklarının varlığı düşük düzeyde önem taşımaktadır. Ayrıca bu grup için önemli motivasyon kaynaklarından biri yüksek uzmanlık seviyesine sahip dalgıçların aksine kolay dalış imkanlarının bulunmasıdır.

Sonuç olarak öncül çalışmalardan dalış motivasyonunun çeşitli deneyim göstergelerine (deneyim durumu gelişim ve uzmanlık seviyesi, dalış sayısı ve sıklığı ve sertifika sahipliği) göre değişiklik göstermekte olduğu anlaşılmaktadır. Öncül çalışmalardan farklı ancak gelişim ve uzmanlık seviyesine ve sertifikaya sahip olmanın yerine getirilmesi gereken ön koşullarından dalış sayısının yanı sıra dalış yapılan yılın ve dalış yapılan yer sayısının da bir deneyim göstergesi

olabileceği ve dalış yapılan yılın ve yer sayısının su altı dalışı yapanların motivasyonlarında değişiklik yaratabileceği düşünülmektedir. Diğer bir ifadeyle yıl olarak daha fazla ve sayıca fazla destinasyonda dalış yapmış kişiler yapmayanlara göre aynı motivasyona sahip olmayabilir. Bu çalışmada su altı dalış yapanları iten ve çeken motivasyonların deneyimsel özellikler açısından farklılıklara sahip olabileceği varsayılmaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın hipotezleri aşağıda sunulmuştur.

H₆: Su altı dalış yapanların motivasyonları toplamda dalış yapılan yıla göre farklılık gösterir.

H₇: Su altı dalış yapanların motivasyonları dalış sayısına göre farklılık gösterir.

H₈: Su altı dalış yapanların motivasyonları dalış yapılan yer sayısına göre farklılık gösterir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Akdeniz havzasında bulunan birçok ülke su altı dalışlarına olan ilginin artışından avantaj sağlamak ve turistlerin ihtiyaçlarını tatmin etmek için gerekli olan faaliyetleri geliştirmektedir (Petreas, 2003). Yaklaşık 8000 km uzunluğundaki sahilleri ile Türkiye Akdeniz'deki en önemli turizm alanlarından biri olup Türkiye sularında bulunan önemli batıklar ve su altı mağaraları dalış yapanlar tarafından keşfedilmeyi beklemektedir (Akpınar & Bulut, 2010). Türkiye'nin sahip olduğu kıyıların tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapması ve bu kıyılara yakın seyreden gemilerin sis, bilinmeyen kayalıklar veya ani gelişen fırtınalar nedeniyle batmış olması su altı dalış turizmi ve su altı arkeolojisi bakımından Türkiye'yi oldukça zengin kılmaktadır (Yarmacı vd., 2017). Türkiye'nin denizlerinde bulunan doğa harikaları ve tarihi batıklar bu turizm çeşidine katılmak isteyen kişiler açısından önemli birer turizm değeri olarak kabul edilmektedir (Erdem ve Girgin, 2008). Doğu Akdeniz havzasında Türkiye'nin bakir kıyıları, deniz berrak suları, su altı arkeolojisi ve kıyılarda hüküm süren iklim şartları 1980'li yıllardan itibaren su altı dalış turizminin hareketlenmesini sağlamıştır (Yaşar, 2011). Türkiye'de 2007-2014 yılları arasında Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu'nda lisanslı sporcu sayılarının yıllar itibarıyla her yıl artış göstermekte olduğu 2007 yılında 6.663 olan bu sayının 2014 yılında 9.983'e yükseldiği görülmektedir (TÜİK, 2007-2014). T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı'na bağlı Spor Genel Müdürlüğü 2017 yılı verilerine göre lisanslı toplam dalgıç sayısı ise 9.443'tür. Türkiye'de son yıllarda su altı dalışına ilginin artmasıyla birlikte birçok dalış merkezi faaliyet göstermeye başlamıştır. Çoğunlukla Ege ve Akdeniz kıyılarında yoğunlaşan bu merkezlerin toplam sayısı 2017 itibarıyla 248'dir (Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu, 2017).

Su altı dalış yapanların motivasyonlarının belirlenmesi amacıyla Türkiye’de dalış yapanlar ile ilgili herhangi bir listeye ulaşılamamıştır. Bu nedenle dalış merkezleri üzerinden bir listeye ulaşılmak istenmiştir. Bunun için öncelikle Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu’nun resmi sayfasından dalış merkezlerinin listesine ulaşılmıştır. Türkiye’de 2017 yılı Ağustos ayı itibarıyla 248 dalış merkezinin olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın evrenini bu dalış merkezlerinde kayıtlı su altı dalış yapanlar oluşturmaktadır. Ancak Ditton vd. (2002) tarafından da belirtildiği üzere dalışın büyük bir oranda özel sektörün kontrolü altında gerçekleştirilmesi, dalış yapanlara ait isim ve iletişim bilgilerinin özel sektöre ait olması ve üçüncü kişilerle paylaşılmayacak gizlilikte olması nedeniyle evreni oluşturan dalış yapanların sayısının ne olduğu kesin olarak belirlenememiştir. Sayının ne olduğu bilinmemesi durumunda örneklem hacmini oluşturacak sayının belirlenmesi için yapılan hesaplama göre¹ (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 70) 384 dalgıcın çalışmanın örneklemini oluşturması planlanmıştır.

Araştırma Verilerinin Toplama Yöntemi ve Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak çevrimiçi anketten yararlanılmıştır. Anketlerin Türkiye’de dalış yapan Türk vatandaşlarına uygulanacak olması nedeniyle Türkçe dilinde hazırlanmıştır. Bunun için öncelikle alanyazın taraması ile ulaşılan İngilizce ifadelerin Türkçeye çevrilmesi yapılmış olup çeviri sürecinde Ronen ve Shenkar (1985) tarafından önerilen tercüme ve geri tercüme süreci dikkate alınmıştır. Ayrıca ifadelerin anlaşılabilirliği Türkçe dil uzmanı tarafından kontrol edilmiştir. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın amacı ve katılımcıların anketi nasıl doldurmaları gerektiği ile ilgili açıklayıcı bilgiler verildikten sonra anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim, gelir) ile deneyim durumunu (dalış yapılan yıl, dalış sayısı, dalış yapılan yer sayısı, dalış yapılan bölge, destinasyona gitme amacı) belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde dalış motivasyonunu belirlemeye yönelik ifadeler yer verilmiştir. Katılımcıların dalış motivasyonlarının ölçülmesine yönelik dalış yapmaya iten ve çeken ifadeler öncül çalışmalardan (*İten ifadeler için*: Augustine vd., 2015; Cottrell & Meisel, 2004; Dearden vd., 2006; Ditton vd., 2002; Edney & Spennemann, 2014; Fuchs vd., 2016; Geldenhuys vd., 2014; Lucrezi vd., 2013; Meisel & Cottrell, 2004; Meyer vd. 2002; Suardana, 2016; Todd vd., 2002; Todd vd., 2002; Yarwasky & Furst, 1996, *Çeken ifadeler için*: Augustine vd., 2015; Dearden vd., 2006; Edney, 2012; Edney & Spennemann; 2014; Giglio vd., 2015; Kubaş vd., 2006; Mundet & Ribera, 2001; Pabel & Coghlan, 2011; Rangel vd., 2014; Suardana, 2016; Uyerra vd., 2009) elde edilmiştir. Öncül çalışmalardan yararlanarak birbirine benzer ve aynı nitelikte iten motivasyon için 239 ve çeken motivasyon için 134 olmak toplam 373 İngilizce ifade havuzu oluşturulmuştur. Yararlanılacak ölçeğin görünüm ve

¹ $n = t^2 \cdot p \cdot q / d^2$ n: Örneklem Sayısı, t: Belirlenen anlamlılık düzeyindeki tablo değeri (% 95 için 1,96), p: Olayın gerçekleşme olasılığı (%50), q: Olayın gerçekleşmeme olasılığı (%50), d: Örnekleme hatası ($\pm 0,05$)

içerik geçerliliğini sağlamak adına birbirine benzer olan ifadelerin elenmesi, birbirini kapsar nitelikte olanların birleştirilmesi, ifadelerin anlaşılır hale getirilmesi ve gerçekten istenen amaca uygun olup olmadıkları gözden geçirilmiştir (Karasar, 1994; Lewis vd., 2005; Şencan, 2005). Bunun için konusuna ve İngilizce'ye hakim iki araştırmacı ile iki dalış eğitmeni tarafından yürütülen seri çalışmalar (içerik analizi) sonucunda birbirinden farklı, dalış yapmaya iten motivasyonu ölçmeye yönelik 24 ve dalış yapmaya çeken motivasyonu ölçmeye yönelik 27 olmak üzere toplam 51 ifade tespit edilmiştir. Daha sonra gerek dalış yapmaya iten gerekse de çeken ifadeler arasında aynı kavramı ölçenler iki araştırmacı tarafından tümevarım yaklaşımlarıyla ayrı ayrı gruplandırılmıştır. Yapılan gruplandırma sonucunda dalış yapmaya iten 24 ifade öncül çalışmalardakine (Cottrell & Meisel; 2004; Geldenhuys vd., 2014; Todd vd., 2002) büyük ölçüde benzer şekilde “kişisel başarı (KBA)”, “statü (STA)”, “kaçış (KAÇ)”, “öğrenme (ÖĞR)”, “macera (MAC)”, “prestij (PRE)” ve “etkileşim (ETK)” olmak üzere 7 boyut altında toplanmıştır. Dalış yapmaya çeken 27 ifade ise öncül çalışmalardakine (Dearden vd., 2006; Pabel & Coghlan, 2011; Uyarra vd., 2009) kısmen benzer şekilde “biyolojik çeşitlilik”, “su altı çevresi”, “su üstü çevresi”, “sosyal çevre”, “üst yapı”, “alt yapı”, “coğrafi yakınlık”, “mevsimsellik” ve “dalış merkezi” olmak üzere 9 boyut altında toplanmıştır. Katılımcıların bu boyutlar altında yer alan ifadelere katılım düzeyleri beşli likert tipi ölçek (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum; 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum; 4=Katılıyorum; 5=Kesinlikle Katılıyorum) ile ölçülmüştür.

Her bir dalış merkezinin, dalış yapmış üyelerine ait iletişim bilgilerini paylaşmayacağı düşüncesi (Ditton vd., 2002) ve dalış yapanlara çalışmanın güvenilir olduğu mesajını vermek amacıyla anketler dalış merkezlerinin kendileri tarafından toplanması istenmiştir. Bu doğrultuda öncelikle anketlerin dalış yapanlarla kolaylıkla paylaşılması ve dalış yapanlar tarafından kolay doldurulabilmesi için google dokümanlar hizmetinden yararlanarak anketler çevrimiçi ortama aktarılmıştır. Anketlerin toplanmasına turizm mevsiminin yoğunluğunun azaldığı eylül ayı sonunda başlanmıştır. Bunun temel sebebi hem dalış merkezlerinin hem de dalış yapanların çalışmaya olan katkılarını istenilen seviyede tutabilmektir. Çevrimiçi ortamda yer alan ankete ait bağlantı uzantısı 01 Ekim 2017 tarihinde dalış merkezleri ile paylaşılmış olup 31 Aralık 2017 tarihine kadar dalış yapanlara doldurtmaları için izin verilmiştir. Süreç sonucunda toplam 112 anket yanıtlanmıştır. Hedeflenen sayıda yeterli örnekleme ulaşılamadığından daha fazla dalış yapandan anketin toplanması için dalış merkezlerinin sosyal medya hesabına üye olan ve dalış yapmış kişilerden anketlerin toplanması kararlaştırılmıştır. Diğer sosyal medya hesapları (facebook, twitter, linkedin vb.) ile karşılaştırıldığında anketlerin toplanmasına izin veriyor olması, daha fazla üye sayısına sahip olması ve takipçi sayılarının net bilinmesine olanak sağlaması nedeniyle anketlerin dalış merkezlerinin sadece Instagram hesaplarındaki üyelerinden toplanmasına karar verilmiştir. Instagram'da aktif olarak yer alan çoğunluğu Türkiye'nin önemli dalış merkezleri Ege ve Akdeniz'de yoğunlaşan 102

dalış merkezinin üye sayısı 97.313 dür. Çoğunluğa sahip olması nedeniyle verilerin bu bölgelerdeki dalış merkezlerinin Instagram hesaplarındaki üyelerinden toplanmak istenmiştir. Diğer bölgelerdeki dalış merkezleri çalışmaya dahil edilmese de 102 dalış merkezinin dışındaki Instagram hesabı olmayan toplam 146 dalış merkezinin üyelerinin bir kısmının da bu dalış merkezlerinin kullandıkları Instagram'a üye olabilecekleri düşünülmektedir.

Her bir dalış merkezinin farklı sayılarda üyelerinin bulunması ve bu üyelerin her birinden tek tek verinin toplanması için araştırmacıların sınırlı imkâna sahip olması nedeniyle her bir dalış merkezine üye olanlardan toplanacak örneklem sayısı hedeflenen örneklem sayısına ulaşmaya imkân sağlayacak biçimde orantılanarak belirlenmiştir. Ancak yine de her bir dalış merkezine üye olanlardan belirlenen katılımcı sayısının yarısının ankete cevap vereceği varsayılarak her bir dalış merkezi için ulaşılması hedeflenen örneklem sayısının iki katı kadar üyeye anket gönderilmesine karar verilmiştir (Yüksel & Yüksel, 2004). Bu doğrultuda üye listesinden basit tesadüfi yöntemle belirlenen üyelere çevrimiçi ortamda yer alan ankete ait bağlantı uzantısı Instagram ortamında bizzat araştırmacılar tarafından 05 Ocak 2018 - 31 Mart 2018 tarihleri arasında paylaşılmıştır. Bu aşamada toplam 200 üyeye anket gönderilmiş olup 70 üye anketi doldurmuştur. Daha fazla üyeye ulaşmak için iki tur daha yapılmasına karar verilmiştir. Her bir turda örnekleme dahil olacak üye belirlenirken bir önceki turda anketi yanıtlayan üyeye tekrar anket göndermemek adına isimleri kaydedilmiştir. Ayrıca daha önce dalış merkezleri tarafından paylaşılan anketleri dolduran üyelerin bu süreçte anketi ikinci kez doldurmamaları için gerekli bilgilendirmeler yapılmıştır. 01 Nisan 2018 - 30 Haziran 2018 tarihleri arasında yapılan ikinci turda toplam 150 üyeye anket gönderilmiş olup 40 üye anketi doldurmuştur. Son olarak 01 Temmuz 2018 - 20 Temmuz 2018 tarihleri arasında yapılan üçüncü turda toplam 110 üyeye anket gönderilmiş olup 39 üye anketi cevaplamıştır. Üç tur sonucunda toplam 460 üyeye anket gönderilmiş olup 149 üyeden analiz edilmeye uygun anket toplanmıştır. Anketlerin yanıtlama oranı yaklaşık %32'dir. Dalış merkezlerinin paylaştığı anketlere cevap veren 112 üye ile birlikte toplam 261 üyeden analiz edilmeye uygun anket toplanmıştır. Toplanan anket sayısı hedeflenen örneklem sayısından hala daha az olmasına rağmen yapılacak keşifsel faktör analizi için önerilen minimum örneklem sayısının en az 150 olması ile ankette yer alan toplam 51 ifade için en az 204 katılımcı (ifade başına en az dört katılımcı) gerekliliğini (Yüksel & Yüksel, 2004) sağlaması nedeniyle 261 anket ile analiz aşamasına geçilmesine karar verilmiştir.

Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırmada elde edilen nicel verilerin analizinde nicel analiz yöntemlerinden yararlanılmıştır. Araştırma verileri "SPSS for Windows 20" programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizinde çeşitli istatistikî tekniklerden yararlanılmıştır. Öncelikle veri setinin faktör analizi için uygunluğunu

tespit etmek ve veri setinden anlamlı faktörler elde etmek için keşifsel faktör analizi (KFA) yapılmıştır. Ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliği analiz edilmiştir.

Araştırmaya katılanların demografik ve deneysel özelliklerine ilişkin veriler frekans ve yüzde değerleri kullanılarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların motivasyon düzeylerini belirlemek için ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Son olarak katılımcıların demografik ve deneysel özellikleri bakımından motivasyon düzeylerinde anlamlı farkın olup olmadığını belirlemek için “Tek Yönlü Varyans Analizi” (One-Way ANOVA) ve/veya “Bağımsız Örneklem t Testi” (Independent-Samples t-Test) analizi uygulanmıştır (Sekeran, 2003; Küçükşille, 2008). Farkın hangi gruptan kaynaklandığını anlamak için “Tukey” testi uygulanmıştır. Bu testler yapılmadan önce verilerin normallik testleri çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerleri gözden geçirilerek incelenmiştir.

BULGULAR

Araştırmaya Katılanların Demografik ve Deneysel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan su altı dalış yapanların büyük çoğunluğunu erkekler (%72) oluşturmaktadır. Katılımcıların çoğunluğunu 32-42 (%37,5) ile 21-31 (%35,2) yaş grubundakiler oluştururken, sırasıyla 64 yaşından büyük, 21 yaşından küçük ve 54-64 yaş aralığındakiler en az katılımcı grubunu oluşturmaktadır. Evli ve bekâr oranlarında görece büyük farklılık bulunmasa da çoğunluk %52 ile bekâr dalış yapanlardan oluşmaktadır. Katılımcıların eğitimleri incelendiğinde lisans eğitimine sahipler (%55,9) başı çekmekte olup bunu sırasıyla lisansüstü (%19,9) ve önlisans eğitimine (%15,3) sahip olanlar takip etmektedir. Katılımcıların gelir durumu incelendiğinde dalış yapanların çoğunluğunun (%31) aylık gelirinin 5.000 TL ve üzerinde olduğu ve 2.000TL ve altı olanlar (%19,2) takip etmektedir. Geliri hiç olmayanların oranı en düşük düzeydedir.

Araştırmaya katılanların dalış deneyimi özellikleri bakımından incelendiğinde tüm katılımcılar içerisinde 6 yıldan daha az dalış yapanlar (%54,8) katılımcıların çoğunluğunu oluştururken bunu sırayla 6-11 yıl (%21,1), 12-17 yıl (%12,6), 18-23 yıl (%6,1) ve 23 yıldan daha fazla (%5) dalış yapanlar takip etmektedir. Katılımcıların gerçekleştirdikleri dalış sayıları incelendiğinde dalış yapanların çoğunluğunu (%29,5) 21’den daha az sayıda dalış yapanlar oluştururken bunu 83’ten daha fazla dalış yapanlar (%28,7) takip etmektedir. Katılımcıların dalış yaptıkları farklı yer sayısı açısından durum incelendiğinde katılımcıların daha çok (%35,2) 6’dan daha az farklı yerde dalış yaparken ikinci sırada (%26,4) 6-11 arasındaki farklı yerde dalış yapanlar oluşturmaktadır. Katılımcılar en az (%5) 18-23 arasındaki farklı yerde dalış yaptıkları görülmektedir. Katılımcıların en çok dalış yaptıkları ilk beş merkez arasında sırasıyla Kaş (%26), Ayvalık (%10,3), Saros (%6,9), Bodrum (%6,5) ve Karaburun (%6,5) yer almaktadır. Dalış

yapanların büyük çoğunluğunun (%85) en son gittikleri destinasyona gitmelerinin temel amacı dalış yapmaktır.

Ölçeğin Geçerliliğine ve Güvenirliğine İlişkin Bulgular

Su altı dalış motivasyonuna ait iten ve çeken ifadeler ayrı ayrı KFA ile analiz edilmiştir. Öncelikle verilerin faktör analizi yapmak için uygunluğu Bartlett Testi sonucu ve KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değeri dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Gerek iten gerekse de çeken motivasyona ait Bartlett test sonuçlarının 0,001 düzeyinde anlamlı olması (iten motivasyon: 7956,777, $p < .001$; çeken motivasyon: 6016,868, $p < .001$) ve KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) uygunluk ölçütü değerlerinin (iten motivasyon: 0,949; çeken motivasyon: 0,959) 0,50'nin üzerinde olması verilerin faktör analizi yapmak için uygun olduğunu göstermektedir (Sharma, 1996). Faktörlerin tespit edilmesinde faktör sayısına herhangi bir kısıtlama getirilmeden özdeğer istatistiği 1'den büyük olan faktörler dikkate alınmıştır (Hair vd. 2003; Hinkin, 1995). Keşifsel faktör analizinde değişkenlerin normal dağılıma sahip olması durumunda en çok olabilirlik (Maximum Likelihood) metodu önerilse de bu çalışmada veri setinin normal dağılım varsayımını sağlaması, ölçülmek istenen yapıda varyansı tüm koşullar altında en çok açıklayan yöntem olması (Karaman vd., 2017), orijinal veri setinden daha düşük sayıda isimlendirilebilir ve yorumlanabilir faktörler elde etmeye olanak sağlaması (Hair vd., 2003) nedeniyle temel bileşenler faktör analizi uygulanmış olup değişkenler arasında bir ilişkinin var olması nedeniyle oblik döndürme yöntemlerinden Promax döndürme yöntemi kullanılmıştır. KFA ile elde edilen sonuçlar incelenerek 0,60'ın üzerinde yüklenen ifadeler dikkate alınmıştır. Buna göre dalış yapmaya iten motivasyona ait tüm ifadeler anlamlı olarak faktörlere yüklenirken dalış yapmaya çeken motivasyona ait iki ifade “dalış yerini seçmemde dalış yerinin çevresel tehditlerden uzak olması etkilidir (SUÇ3)” ve “dalış yerini seçmemde dalış yerinin çevresinin doğal güzelliklere sahip olması etkilidir (SUÇ4)” faktör yapısını bozduğu için ve iki ifade “dalış yerini seçmemde dalış yerinin fiyatlarının uygunluğu etkilidir (DME4)” ve “dalış yerini seçmemde dalış yerinin her seviyeden dalış yapılmasına imkân sağlaması etkilidir (SAÇ5)” ise aynı anda birden fazla faktöre yüklendiği için çıkarılmıştır.

KFA ile dalış yapmaya iten motivasyonu ölçmeye yönelik 24 ifadeden oluşan iki faktörlü model elde edilmiştir (bkz. Tablo 1). Daha özelden birinci faktörü oluşturan ifadeler incelendiğinde ifadelerin öğrenme, kaçış ve macera deneyimi yaşamaya yönelik olduğundan bu faktör “dalış deneyimi” olarak isimlendirilmiştir. İkinci faktör ise prestij ve kişisel başarı ile ilişkili olması nedeniyle “prestij/kişisel başarı” olarak isimlendirilmiştir. Dalış yapmaya iten iki faktör toplam varyansın %72,402'sini açıklama yeterliliğine sahiptir.

Tablo 1: Dalış Yapmaya İten Motivasyonu Ölçmeye Yönelik Keşifsel Analiz Bulguları

İfade No	Faktörler ve İfadeler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Cronbach Alpha
1. Faktör: Dalış Deneyimi			61,994	0,873
MAC3	Dalış yapmamın temel nedeni yeni şeyler keşfetmektir	0,947		
ÖĞR2	Dalış yapmamın temel nedeni su altı hayvan ve bitki yaşamını görmektir.	0,946		
ÖĞR1	Dalış yapmamın temel nedeni su altı çevresi hakkında yeni şeyler öğrenmektir	0,945		
KAÇ3	Dalış yapmamın temel nedeni huzur kazanmaktır.	0,938		
KAÇ1	Dalış yapmamın temel nedeni rahatlamaktır.	0,936		
KAÇ2	Dalış yapmamın temel nedeni günlük yaşamın stresinden uzaklaşmaktır.	0,927		
ÖĞR3	Dalış yapmamın temel nedeni dalış yeteneğimi geliştirmektir.	0,906		
MAC2	Dalış yapmamın temel nedeni heyecan yaşamaktır.	0,876		
MAC1	Dalış yapmamın temel nedeni macera yaşamaktır.	0,849		
KBA5	Dalış yapmamın temel nedeni unutulmayacak bir deneyim kazanmaktır.	0,848		
STA2	Dalış yapmamın temel nedeni bilgi ve becerilerimi diğer kişilerle paylaşmaktır.	0,834		
KAÇ4	Dalış yapmamın temel nedeni yeni insanlarla tanışmaktır.	0,813		
ETK2	Dalış yapmamın temel nedeni diğer dalgıçlarla bir arada olmaktır.	0,806		
STA1	Dalış yapmamın temel nedeni önemli batıkları görmektir.	0,780		
ETK1	Dalış yapmamın temel nedeni sevdiğilerimle vakit geçirmektir.	0,767		
STA5	Dalış yapmamın temel nedeni fotoğraf ve video çekmek gibi yaratıcı faaliyetlerde bulunmaktır.	0,752		
STA4	Dalış yapmamın temel nedeni fiziksel olarak formda kalmaktır.	0,631		
2. Faktör: Prestij/Kişisel Başarı			10,408	0,913
PRE1	Dalış yapmamın temel nedeni toplum içinde kendimi kanıtlamaktır.	0,868		
PRE2	Dalış yapmamın temel nedeni arkadaş çevremde saygınlık kazanmaktır.	0,849		
KBA1	Dalış yapmamın temel nedeni başarıma duygusu hissetmektir.	0,772		
KBA3	Dalış yapmamın temel nedeni risk almaktır.	0,768		
KBA4	Dalış yapmamın temel nedeni etkileyici bir şey yapmaktır.	0,762		
KBA2	Dalış yapmamın temel nedeni özgüven duygusu kazanmaktır.	0,759		
STA3	Dalış yapmamın temel nedeni dalış ekipmanlarımı kullanmaktır.	0,694		
Açıklanan Toplam Varyans: %72,402 KMO Örneklem Yeterliliği: 0,949 Bartlett Testi: p<.001 Ki-Kare: 7956,777 df: 276				

Dalış yapmaya çeken motivasyonu ölçmeye yönelik yapılan KFA ile 23 ifadeden oluşan üç faktörlü model elde edilmiştir (bkz. Tablo 2). Birinci faktörü oluşturan ifadeler incelendiğinde ifadelerin daha çok doğrudan dalış yapma ile ilgili deniz suyu, deniz altı, dalış olanakları/hizmetleri gibi özellikleri içermesi nedeniyle bu faktör “temel dalış özellikleri” olarak isimlendirilmiştir. İkinci faktör temel dalış özellikleri dışında dalış destinasyonunun üst yapı imkânları ve imajı ile ilgili ifadelerden oluşması nedeniyle bu faktör “dalış dışı özellikler” olarak isimlendirilmiştir. Dalış yapmaya çeken üçüncü faktör iklim koşulları ve ulaşılabilirlik gibi daha çok coğrafi özellikler ile ilgidir. Bu nedenle üçüncü faktör

“coğrafi özellikler” olarak isimlendirilmiştir. Dalış yapmaya çeken üç faktör toplam varyansın %73,317’sini açıklama yeterliliğine sahiptir.

Tablo 2: Dalış Yapmaya Çeken Motivasyonu Ölçmeye Yönelik Keşifsel Analiz Bulguları

İfade No	Faktörler ve İfadeler	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Cronbach Alpha		
1. Faktör: Temel Dalış Özellikleri						
SAC3	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin güvenli dalış olanakları etkilidir.	0,934	59,548	0,872		
BIO2	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin su altı görsel çekiciliği etkilidir.	0,926				
SAC2	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin deniz suyu berraklığı etkilidir.	0,924				
BIO1	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin zengin su altı yaşamı etkilidir.	0,917				
SAC1	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin deniz suyu temizliği etkilidir.	0,915				
SUC2	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin bozulmamış dalış noktasına sahip olması etkilidir.	0,851				
DME2	Dalış yerini seçmemde eğitimci(ler)inin tecrübeli olması etkilidir.	0,843				
SAC4	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin kolay dalış yapabileceği olanakları etkilidir.	0,826				
BIO3	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin batıklara sahip olması etkilidir.	0,819				
DME3	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin kiralık dalış ekipmanlarının niteliği etkilidir.	0,734				
2. Faktör: Dalış Dışı Özellikler (Üst Yapı/İmaj)						
USY2	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin yeme-içme, eğlence vb. imkânlarla sahip olması etkilidir.	0,864			9,331	0,884
USY1	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin konaklama hizmetlerine sahip olması etkilidir.	0,863				
SOC2	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin çok sayıda dalış ev sahipliği yapması etkilidir.	0,857				
USY3	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin iyi iletişim hizmetlerine sahip olması etkilidir.	0,843				
SOC3	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin popüler olması etkilidir.	0,814				
DME1	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin teknelerinin rahat olması etkilidir.	0,755				
SOC1	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin yerel halkın samimiyeti etkilidir.	0,687				
3. Faktör: Coğrafi Özellikler						
SUC1	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin uygun iklim koşullarına sahip olması etkilidir.	0,863	4,437	0,882		
SAC6	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin deniz suyu sıcaklığı etkilidir.	0,833				
ALY	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin kolay ulaşılabilir olması etkilidir.	0,812				
SAC7	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin uygun derinliğe sahip olması etkilidir.	0,803				
SUZ	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin dalış sezonunun uzunluğu etkilidir.	0,801				
YAK	Dalış yerini seçmemde dalış yerinin ikamet ettiği yere yakın olması etkilidir.	0,772				
Açıklanan Toplam Varyans: %73,317 KMO Örneklem Yeterliliği: 0,959 Bartlett Testi: p<.001 Ki-Kare: 6016,868 df: 253						

KFA sonucu elde edilen her bir faktör isimlendirildikten sonra her bir faktörün içsel tutarlılığının belirlenmesi için Cronbach alpha güvenilirlik testi uygulanmıştır (Lewis vd., 2005). Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda en düşük Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısının 0,872 olduğu tespit edilmiştir (bkz. Tablo 1 ve Tablo 2). Değerin 0,70'ten büyük olması nedeniyle elde edilen faktörlerin her birinin içsel tutarlılığa sahip olduğu görülmektedir (Nunnally, 1978; Hair vd., 2003). İçsel tutarlılığa ek olarak ölçeğin geçerliğini sağlamak için yakınsama ve ayrışma geçerliği analiz edilmiştir. İten ve çeken motivasyon altındaki her bir faktöre ait ifadelerin istatistiki olarak $p < .001$ düzeyinde anlamlı ve sıfırdan farklı değer olarak ölçmek istediği boyut altında yer alması ve yapı güvenirliliğinin (CR) %90'ın üzerinde olması yakınsama geçerliğinin sağladığını göstermektedir (bkz. tablo 3). Ayrıca iten ve çeken motivasyonu açıklayan faktörlerin her birinin açıkladığı ortalama varyansın (AVE) karekök değerlerinin tüm faktörler arası korelasyon değerlerinden büyük olması ve motivasyona ait faktörler arasındaki korelasyonların %85'ten küçük olması ayrışma geçerliğini de desteklemektedir (Hair vd., 2014). Veri setinin normal dağılıp dağılmadığının belirlenmesi için her bir ifadenin çarpıklık ve basıklık değerleri incelendiğinde $p > 0,05$ anlamlılık düzeyi için yaygın kullanılan kritik çarpıklık değerinin -1,96 ile +1,96 ve basıklık değerinin -3 ile +3 aralığında olması nedeniyle veri seti normal dağılıma sahiptir (Hair vd., 2003).

Tablo 3: Su Altı Dalış Motivasyonu Faktörleri Arası Korelasyon Katsayıları, Açıklanan Ortalama Varyans (AVE) ve Yapı Güvenirliliği (CR), Ortalama ve Standart Sapma (SS) Değerleri.

	Dalış Motivasyonu	DDE	PKB	TDÖ	DDÖ	CÖ	AVE	CR	Ortalama	SS
İTEN	Dalış Deneyimi	(0,857)					0,735	0,979	3,80	1,14
	Prestij/Kişisel Başarı	0,667	(0,784)				0,614	0,917	2,81	1,02
ÇEKEN	Temel Dalış Özellikleri	0,850	0,500	(0,871)			0,759	0,969	3,84	1,17
	Dalış Dışı Özellikler	0,633	0,524	0,705	(0,814)		0,663	0,932	3,05	1,08
	Coğrafi Özellikler	0,626	0,536	0,735	0,791	(0,814)	0,663	0,922	3,18	1,05

Katılımcıların Su Altı Dalış Motivasyonu: Demografik ve Deneyimsel Özellikler Bakımından Karşılaştırması

Dalış yapanları dalış yapmaya iten ve çeken faktörlerin ortalamaları incelendiğinde (bkz. Tablo 3) dalış deneyimi yaşamak birinci sırada önemli bir iten faktör olduğu, temel dalış özellikleri ise birinci sırada dalış yapmaya çeken bir faktör olduğu anlaşılmaktadır.

Motivasyonun dalış yapanların teorik olarak temellendirilen demografik ve deneyimsel özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla yapılan bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi sonuçları tablo 4, tablo 5, tablo 6 ve tablo 7'de görülmektedir. Analize geçilmeden önce demografik

ve deyimsel özelliklerin her birine verilen yanıtların normal dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Gerçekleştirilen normallik testi sonuçlarına göre demografik ve deyimsel özelliklere verilen yanıtların normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Analiz bulgularına göre su altı dalış yapanların prestij/kişisel başarı motivasyonu dışında hiçbir motivasyonun demografik ve deneyimsel özelliklere göre anlamlı bir farklılığa sahip olmadığı ($p>0,05$) tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle dalış yapanların prestij ve kişisel başarı motivasyonlarının demografik özelliklerden yaş ($F(5, 255) = 3,385, p = 0,006$) ve aylık gelir ($F(5, 254) = 2,201, p = 0,050$) kategorilerinde %95 güven aralığında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre ikinci ve üçüncü hipotez dışındaki tüm hipotezler reddedilmiştir. Buna göre 21-31 yaş aralığında bir yaşa sahip olanların 54-64 yaş aralığındakilere göre daha fazla prestij/kişisel başarı amaçlı dalış motivasyonuna sahip oldukları anlaşılmaktadır. Ancak dalış yapan diğer yaş kategorilerindekiler (21'den küçük, 32-42, 45-53) ile 21-31 yaş aralığı ve 54-64 yaş aralığındakiler arasında prestij/kişisel başarı amaçlı dalış motivasyonu bakımından anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Yaş kategorisinin yanı sıra prestij/kişisel başarı motivasyonu açısından farklılık gelir grupları arasında görülmektedir. Buna göre dalış yapanların aylık ortalama geliri 2.000 TL'nin altında olanların 5000 TL'nin üzerinde gelire sahip olanlara göre daha fazla prestij/kişisel başarı amaçlı dalış motivasyonuna sahip oldukları anlaşılmaktadır. Ancak dalış yapan diğer gelir kategorilerindekiler (2001-3000TL, 3001-4000 TL, 4001-5000 TL) ile 2.000 TL'nin altında ve 5000 TL'nin üzerinde gelire sahipler arasında prestij/kişisel başarı amaçlı dalış motivasyonu bakımından anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 4: Su Altı Dalışa İten Motivasyonun Demografik Özelliklere Göre Durumu

Demografik Özellikler	İTEN FAKTÖRLER															
	Dalış Deneyimi						Prestij/Kişisel Başarı									
	Ort.	s. s.	F	Sig.	t	sd	%95 G.A.		Ort.	s. s.	F	Sig.	t	sd	%95 G.A.	
						D	Y							D	Y	
Cinsiyet			0,686	0,663	-0,436	139	-0,3772	0,2434			2,886	0,501	0,674	145	-0,1750	0,3562
Erkek	3,78	1,16							2,84	1,05						
Kadın	3,85	1,09							2,75	0,94						
Yaş			1,135	0,342	-	260	3,6612	3,9394			3,385	0,006	-	260	2,6884	2,9372
<21	3,78	1,47					2,7289	4,8358	3,14	1,40					2,1393	4,1465
21-31	3,97	1,09					3,7431	4,1942	3,08*	1,05					2,8627	3,2988
32-42	3,76	1,18					3,5272	4,0010	2,69	1,00					2,4914	2,8964
43-53	3,69	1,09					3,3714	4,0128	2,62	0,85					2,3738	2,8724
54-64	3,32	1,05					2,6140	3,8928	2,29*	0,65					1,8583	2,4933
>64	-	-					-	-	-	-					-	-
Medeni Durum			1,312	0,157	-1,419	254	-0,4791	0,0779			5,037	0,107	-1,615	259	-0,4518	0,0445
Evli	3,70	1,18							2,71	0,93						
Bekâr	3,90	1,10							2,91	1,09						
Eğitim Durumu			1,565	0,198	-	260	3,6612	3,9394			0,507	0,678	-	260	2,6884	2,9372
İlköğretim	-	-					-	-	-	-					-	-
Ortaöğretim	3,35	1,40					2,7464	3,9595	2,66	0,99					2,2309	3,0859
Önlisans	3,94	1,19					3,5561	4,3174	2,97	1,15					2,6027	3,3402
Lisans	3,79	1,18					3,5980	3,9854	2,80	1,01					2,6334	2,9634
Lisansüstü	3,92	0,77					3,7021	4,1328	2,80	0,97					2,5282	3,0707
Aylık Gelir (TL)			1,202	0,309	-	259	3,6591	3,9382			2,201	0,055	-	259	2,6846	2,9340
2 000 ve altı	4,04	1,00					3,7513	4,3192	3,17*	1,10					2,8607	3,4878
2 001 - 3 000	3,54	1,32					3,1432	3,9365	2,79	1,07					2,4718	3,1156
3001 - 4 000	3,97	1,16					3,5807	4,3637	2,82	0,93					2,5032	3,1317
4 001 - 5 000	3,76	1,17					3,3927	4,1199	2,85	0,95					2,5579	3,1496
5 001 ve üzeri	3,72	1,12					3,4748	3,9704	2,58*	0,98					2,3653	2,7987
Geliri Yok	4,04	0,60					3,4166	4,6815	2,60	0,97					1,5722	3,6183

Tablo 5: Su Altı Dalışa Çeken Motivasyonun Demografik Özelliklere Göre Durumu

Demografik Özellikler	ÇEKEN FAKTÖRLER																									
	Temel Dalış Özellikleri							Dalış Dışı Özellikler							Coğrafi Özellikler											
	Ort.	s. s.	F	Sig.	t	sd	%95 G.A.		Ort.	s. s.	F	Sig.	t	sd	%95 G.A.		Ort.	s. s.	F	Sig.	t	sd	%95 G.A.			
						D	Y							D	Y							D	Y			
Cinsiyet			1,630	0,209	-1,261	144	-0,4993	0,1104			0,919	0,763	0,302	140	-0,2428	0,3304			0,183	0,274	-1,099	132	-0,4453	0,1273		
Erkek	3,78	1,20							3,07	1,10								3,14	1,05							
Kadın	3,98	1,08							3,02	1,03								3,30	1,05							
Yaş			0,455	0,809	-	260	3,6924	3,9780			0,271	0,929	-	260	2,9214	3,1848			0,984	0,428	-	260	3,0561	3,3130		
<21	3,48	1,34					2,5180	4,4420	2,77	1,08					2,0018	3,5410		2,95	0,96				2,2834	3,6500		
21-31	3,94	1,15					3,7063	4,1829	3,02	1,06					2,7969	3,2373		3,09	1,08				2,8695	3,3153		
32-42	3,82	1,21					3,5723	4,0583	3,08	1,13					2,8561	3,3101		3,33	1,11				3,1059	3,5505		
43-53	3,75	1,14					3,4114	4,0822	3,06	1,09					2,7403	3,3813		3,04	0,95				2,7592	3,3189		
54-64	3,81	1,07					3,0984	4,4247	3,26	0,86					2,6999	3,7836		3,43	0,82				2,8771	3,8922		
>64	-	-					-	-	-	-					-	-		-	-				-	-		
Medeni Durum			2,817	0,131	-1,514	250	0,5062	0,0661			1,407	0,907	0,117	254	0,2491	0,2805			0,906	0,930	0,088	259	-0,2455	0,2685		
Evli	3,72	1,23							3,06	1,12								3,19	1,03							
Bekâr	3,94	1,10							3,05	1,04								3,18	1,08							
Eğitim Durumu			1,230	0,299	-	260	3,6924	3,9780			1,126	0,339	-	260	2,9214	3,1848			1,764	0,155	-	260	3,0561	3,3130		
İlköğretim	-	-					-	-	-	-					-	-		-	-				-	-		
Ortaöğretim	3,47	1,46					2,8434	4,1044	2,85	1,21					2,3269	3,3749		2,98	1,11				2,4986	3,4580		
Önlisans	3,90	1,20					3,5190	4,2860	3,25	1,15					2,8793	3,6135		3,37	1,08				3,0257	3,7160		
Lisans	3,81	1,21					3,6111	4,0054	2,99	1,09					2,8074	3,1652		3,09	1,05				2,9198	3,2651		
Lisansüstü	4,02	0,87					3,7778	4,2607	3,18	0,92					2,9214	3,1848		3,39	0,98				3,1189	3,6631		
Aylık Gelir (TL)			0,793	0,555	-	259	3,6898	3,9764			0,383	0,860	-	259	2,9194	3,1839			1,445	0,209	-	259	3,0527	3,3102		
2 000 ve altı	3,95	1,04					3,6530	4,2470	3,18	1,04					2,8836	3,4764		3,39	0,98				3,1079	3,6654		
2 001 - 3 000	3,61	1,32					3,2111	4,0067	2,88	1,09					2,5499	3,2025		3,00	1,13				2,6559	3,3367		
3001 - 4 000	4,00	1,16					3,6125	4,3986	3,08	1,10					2,7101	3,4566		3,35	1,10				2,9760	3,7184		
4 001 - 5 000	3,88	1,26					3,4895	4,2724	3,05	1,11					2,7051	3,3969		3,31	1,06				2,9807	3,6383		
5 001 ve üzeri	3,76	1,16					3,4990	4,0121	3,05	1,12					2,8025	3,2998		3,05	1,04				2,8221	3,2808		
Geliri Yok	4,22	0,39					3,8053	4,6280	3,12	0,60					2,4871	3,7510		2,72	0,70				1,9829	3,4615		

Tablo 6: Su Altı Dalışa İten Motivasyonun Deneyimsel Özelliklere Göre Durumu

Deneyimsel Özellikler	İTEN FAKTÖRLER															
	Dalış Deneyimi							Prestij / Kişisel Başarı								
	Ort.	s. s.	F	Sig.	t	sd	%95 G.A.		Ort.	s. s.	F	Sig.	t	sd	%95 G.A.	
							D	Y							D	Y
Dalış Yapılan Yıl			1,219	0,303	-	259	3,6694	3,9469			2,248	0,064	-	259	2,6930	2,9421
<6	3,90	1,11					3,7215	4,0876	2,98	0,99					2,8188	3,1473
6-11	3,85	1,05					3,5646	4,1317	2,68	1,04					2,3959	2,9600
12-17	3,53	1,23					3,0934	3,9655	2,54	1,03					2,1748	2,9074
18-23	3,43	1,33					2,7247	4,1430	2,54	1,00					2,0127	3,0766
>23	3,75	1,28					2,9743	4,5189	2,63	1,00					2,0195	3,2333
Dalış Sayısı			1,244	0,293	-	256	3,6617	3,9419			0,502	0,734	-	256	2,6891	2,9407
<21	3,83	1,04					3,5930	4,0663	2,91	0,97					2,6931	3,1325
21-41	3,76	1,09					3,4398	4,0796	2,70	0,98					2,4083	2,9838
42-62	4,17	1,06					3,8002	4,5389	2,92	1,15					2,5197	3,3207
63-83	3,73	1,31					3,1728	4,2782	2,72	1,07					2,2759	3,1765
>83	3,66	1,23					3,3731	3,9414	2,77	1,05					2,5285	3,0106
Dalış Yapılan Yer Sayısı			0,867	0,484	-	253	3,6594	3,9427			1,123	0,346	-	253	2,7066	2,9593
<6	3,88	1,10					3,6560	4,1125	2,91	0,95					2,7183	3,1109
6-11	3,93	1,06					3,6694	4,1866	2,94	1,04					2,6897	3,1994
12-17	3,63	1,24					3,1564	4,0971	2,82	1,11					2,3943	3,2411
18-23	3,71	1,28					2,9348	4,4860	2,57	1,07					1,9225	3,2203
>23	3,61	1,24					3,2709	3,9567	2,62	1,05					2,3328	2,9125

Tablo 7: Su Altı Dalışa Çeken Motivasyonun Deneysel Özelliklere Göre Durumu

Deneysel Özellikler	ÇEKEN FAKTÖRLER																								
	Temel Dalış Özellikleri						Dalış Dışı Özellikler						Coğrafi Özellikler												
	Ort.	s. s.	F	Sig.	t	sd	%95 G.A.		Ort.	s. s.	F	Sig.	t	sd	%95 G.A.		Ort.	s. s.	F	Sig.	t	sd	%95 G.A.		
						D	Y							D	Y							D	Y		
Dalış Yapılan Yıl			0,370	0,830	-	259	3,7015	3,9862			0,385	0,819	-	259	2,9264	3,1901			0,151	0,962	-	259	3,0635	3,3198	
<6	3,90	1,15					3,7086	4,0900	3,01	1,11				2,8268	3,1952	3,18	1,07					3,0057	3,3603		
6-11	3,81	1,09					3,5096	4,1013	3,08	1,01				2,8043	3,3516	3,22	1,00					2,9540	3,4945		
12-17	3,73	1,20					3,3076	4,1591	3,03	1,03				2,6689	3,4004	3,12	1,02					2,7595	3,4829		
18-23	3,61	1,38					2,8688	4,3437	3,30	1,06				2,7367	3,8704	3,16	1,25					2,4905	3,8220		
>23	3,97	1,33					3,1632	4,7752	3,25	1,21				2,5226	3,9828	3,37	0,93					2,8078	3,9358		
Dalış Sayısı			1,059	0,377	-	256	3,6947	3,9824			0,737	0,567	-	256	2,9207	3,1872			2,037	0,090	-	256	3,0605	3,3195	
<21	4,05	1,04					3,8118	4,2843	3,11	1,09				2,8666	3,3598	3,34	1,07					3,0988	3,5851		
21-41	3,70	1,17					3,3557	4,0400	2,85	1,03				2,5507	3,1575	3,03	0,99					2,7370	3,3197		
42-62	3,90	1,21					3,4774	4,3226	3,17	1,18				2,7605	3,5840	3,43	1,12					3,0419	3,8208		
63-83	3,73	1,42					3,1260	4,3240	3,23	1,12				2,7552	3,6971	3,34	1,08					2,8854	3,7952		
>83	3,72	1,19					3,4451	3,9949	3,01	1,07				2,7640	3,2550	2,98	1,01					2,7459	3,2097		
Dalış Yapılan Yer Sayısı			1,336	0,257	-	253	3,6907	3,9817			0,597	0,665	-	253	2,9184	3,1862			0,864	0,486	-	253	3,0713	3,3315	
<6	3,99	1,17					3,7503	4,2366	3,14	1,10				2,9104	3,3660	3,34	1,09					3,1106	3,5633		
6-11	3,90	1,07					3,6444	4,1645	3,02	1,10				2,7540	3,2929	3,16	1,05					2,9092	3,4192		
12-17	3,49	1,30					3,0005	3,9857	2,80	1,02				2,4148	3,1911	2,94	1,05					2,5422	3,3429		
18-23	3,62	1,38					2,7825	4,4483	2,95	0,94				2,3762	3,5139	3,13	0,95					2,5538	3,7026		
>23	3,72	1,19					3,3921	4,0456	3,10	1,11				2,7974	3,4075	3,17	1,02					2,8924	3,4535		

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya dalış sertifikasyonu temsilciliğinin kuralları gereği tüm dalış sertifikası sahiplerinin dalış zamanı ve süresine göre seviyelerinin iyileştirilmesi gerekliliği ile ilgili açıklaması yakın gelecekte Dünya'nın dört bir yanında dalış sporu pazarının büyümesine ve dalış yapan dalgıçların bu spora yönelik ilgilerinin artmasına olanak sağlayacaktır (Suardana, 2016). Bu talebe cevap verebilmek sualtı dalış hizmetinden yararlananların davranışlarının anlaşılmasıyla mümkündür. Bu nedenle dalış motivasyonu hedef pazarın anlaşılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Geldenhuys vd., 2014). Bu doğrultuda çalışmanın amacı Türkiye özelinde sualtı dalış yapanların motivasyonlarını belirlemek ve motivasyonlarının demografik özelliklere ve deneyim durumuna göre değişip değişmediğini tespit etmektir.

Dalış yapanların dalış ile ilgilenmesine neden olan motivasyonlar Crompton (1979) tarafından gerçekleştirilen çalışma temel alınarak iten ve çeken olmak üzere iki ayrı temel boyut altında incelenmiştir. Buna göre dalgıçları dalış yapmaya iten motivasyonun dalgıçların kendisinden kaynaklı olup dalış deneyimi ve prestij/kişisel başarı elde etmeye yönelik olduğu anlaşılmaktadır. Analiz sonuçları öncül çalışmalarda (Cottrell & Meisel, 2004; Geldenhuys vd., 2014; Todd vd., 2002) statü, kaçış, öğrenme, macera ve etkileşim olmak üzere beş ayrı faktör altında değerlendirilen dalış motivasyonlarının tek bir faktör altında "dalış deneyimi" olarak değerlendirilmesinin anlamlı olduğunu göstermektedir. Dalış yapmaya iten ikinci motivasyon faktörü ise öncül çalışma (Cottrell & Meisel, 2004; Geldenhuys vd., 2014; Todd vd., 2002) bulgularını destekler nitelikte olup "prestij/kişisel başarı" ile ilişkidir. Gidilen destinasyonun ve/veya destinasyondaki dalış merkezinin özellikleri ile ilgili olan usurların dalış yapmaya çeken motivasyonel faktörler olduğu görülmektedir. Bu faktörlerden birincisi öncül çalışmalarda (Augustine vd., 2015; Dearden vd., 2006; Edney & Spennemann, 2014; Pabel & Coghlan, 2011; Uyarra vd., 2009) değerlendirilen çevresel özellikler, hizmet özellikleri, biyolojik çeşitlilik, diğer dışsal özellikler ve ortam özellikleri gibi başlıklar altında doğrudan dalış yapma ile ilgili temel dalış özelliklerini oluşturmaktadır. İkinci motivasyonel faktör destinasyonun üst yapısı ve imajı ile ilişkili olup daha çok temel dalış dışında destekleyici dalış özelliklerinden oluşmaktadır. Dalış yapmaya çeken son dalış motivasyonunun ise destinasyonun iklim, yakınlık, ulaşılabilirlik gibi coğrafi özellikleri ile ilgili olduğu anlaşılmaktadır.

Dalış yapmaya iten en önemli motivasyon dalış deneyimidir. Daha özelden dalış yapanların sualtı çevresini öğrenme, macera yaşama ve keşfetme, günlük rutinden kaçma ve rahatlama, yeni veya bilindik kişilerle etkileşim kurma gibi deneyimler yaşamak amacıyla dalış yaptıkları anlaşılmaktadır. Macera, öğrenme, kaçış deneyimi ve sosyal etkileşim yaşamaya yönelik ulaşılan bulgular öncül çalışma bulgularını (Çulha & Uşaklı, 2012; Ditton vd., 2002; Lucrezi vd., 2013; Meyer vd., 2002; Todd vd., 2002) destekler niteliktedir. Ancak bu çalışmada sosyal

etkileşimin bir motivasyon kaynağı olduğuna yönelik ulaşılan bulgunun aksine dalışa katılım sonucu kurulacak kişisel temas ve ilişkiler Yarwasky & Furst (1996)'a göre dalış yapmak için en az öneme sahip bir motivasyon kaynağıdır. Suardana (2016)'ya göre ise arkadaş ve aile ile vakit geçirmek dalış yapmak için en yüksek ortalamaya sahip bir motivasyon unsurudur. Öncül çalışmalarda (Cottrell & Meisel, 2004; Geldenhuys vd., 2014; Suardana, 2016; Todd vd., 2002) prestij/kişisel başarı ile ulaşılan bulguların aksine risk alma, başarıma duygusu hissetme, özgüven duygusu kazanma ve etkileyici bir şeyler yapma gibi kişisel başarı elde etmeye yönelik motivasyonların dalış deneyimi yaşamaya göre daha az önemli dalış motivasyonu olduğu söylenebilir. Benzer şekilde Fuchs vd. (2016)'ne göre sualtı dalışı risk arayışından daha ziyade rahatlama arayışını temsil etmektedir. Meisel ve Cottrell (2004) de dalış yapmak için en az önemli olan motivasyonun risk ve etkileyici bir şey yapmak olduğunu belirtmektedirler.

Su altı dalışı yapmaya çeken en önemli dalış motivasyonu temel dalış özellikleri ile ilgilidir. Daha özelden Kubaş vd. (2006)'nin aksine sualtı yaşamının zenginliği ve çekiciliği, deniz suyu temizliği ve berraklığı, güvenli dalış noktaları ve olanakları gibi unsurlar dalış yapanları bir destinasyona ve/veya dalış merkezine çeken en önemli unsurlardır. Özellikle destinasyonun balık, mercan, resif açısından zengin bir deniz yaşamına ve gemi batıklarına sahip olması dalgıçları bir destinasyona çeken en önemli unsurlar olduğu öncül çalışma (Çulha & Uşaklı, 2012; Giglio vd., 2015; Mundet & Ribera, 2001; Uyarra vd., 2009) bulguları tarafından desteklenmektedir. Dalış yapmaya çeken temel dalış özellikleri ile kıyaslandığında deniz suyunun ve destinasyonun sıcaklığı, dalış sezonun uzunluğu, dalış yerine ulaşılabilirlik ve ikamet edilen yere yakınlık gibi coğrafi özellikler ile konaklama, yeme-içme, eğlence ve iletişim imkânlarına sahip olma, popüler olma ve yerel halkın tutumları gibi dalış dışı özelliklerin daha az önemli dalış motivasyonu olduğu söylenebilir. Nitekim Lemke & Olech (2011)'e göre bu spor türünde dalış noktasına yakın bir yerde oturup oturmamak çok da önemli değildir. Kişilerin dalma konusunda ilgilenimleri bulunuyorsa bu kişiler popüler dalış noktalarına seyahat etmek için çok fazla para ödemeye gönüllü olacaklardır. Hålbuki Mundet & Ribera (2001)'ya göre coğrafi yakınlık, alt yapı kalitesi, dalış mevsiminin tarihi, yöre halkının dostluğu, iyi iletişim hizmetleri ve tamamlayıcı turistik olanakları dalış yerinin seçilme nedenleri arasında yer almaktadır.

Birçok öncül çalışmaya göre iten ve/veya çeken sualtı dalış motivasyonunun alt boyutları demografik özelliklerden cinsiyete (Böyükkelhan, 2014; Edney, 2012; Edney & Spennemann, 2014; Meyer vd., 2002; Uyarra vd., 2009), yaşa, gelir düzeyine (Böyükkelhan, 2014; Mundet & Ribera, 2001), eğitim seviyesine (Dimmock & Musa, 2015; Musa vd., 2011; Mundet & Ribera, 2001; Rangel vd., 2014; Thapa vd., 2005) ve medeni duruma (Böyükkelhan, 2014) göre değişik düzeylerde farklılık gösterme(ler)tedir. Bu çalışmada dalış yapanları dalış yapmaya iten sadece prestij/kişisel başarı motivasyonunun demografik özelliklerden yaş ve aylık gelire göre farklılığa sahip olurken cinsiyet, medeni ve eğitim durumuna göre farklılığa sahip olmadığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle

gençlerin (21-31) ileri yaş gruplarına (54-64) göre daha fazla prestij/kişisel başarı motivasyonuna sahip oldukları söylenebilir. Ayrıca dalış yapanların aylık ortalama geliri daha düşük düzeyde (2.000 TL'nin altında) olanların daha yüksek gelire (5000 TL ve üzeri) sahip olanlara göre daha fazla prestij/kişisel başarı amaçlı dalış motivasyonuna sahip oldukları anlaşılmaktadır.

İten ve çeken motivasyonun deneyimsel özelliklere göre incelendiğinde şaşırtıcı bir şekilde dalış yapanları dalış yapmaya iten ve çeken motivasyon faktörünün dalış yapılan yıl sayısı, dalış sayısı ve dalış yapılan yer sayısı gibi dalış deneyimi özelliklerine göre farklılığa sahip olmadığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle farklı düzeyde deneyimine sahip olanları dalış yapmaya iten ve çeken motivasyonlarının benzer düzeyde olduğu söylenebilir. Halbuki öncül çalışmalar deneyime (Edney & Spennemann, 2014; Giglio vd., 2015), uzmanlık seviyesine (Bentz vd., 2016; Dearden vd., 2006; Lucrezi vd., 2013; Lusby & Cottrell, 2008; Meisel & Cottrell, 2004; Todd vd., 2002) ve dalış türüne (Fuchs vd. 2016) göre dalış motivasyonu arasında çeşitli düzeylerde farklılıklar bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Su altı dalış yapanları dalış yapmaya iten ve çeken faktörlerin neler olduğunun tespit edilmesi ve demografik ve deneyimsel özelliklere göre aralarında herhangi bir farkın olup olmadığının anlaşılması destinasyonların ve dalış merkezlerinin dalış yapanların ihtiyaçlarına uygun ürün geliştirmelerine, hizmet kalitelerini artırmalarına ve etkili tanıtım faaliyetleri yürütmelerine olanak sağlayacaktır. Böylece dalgıçlar dalış hizmetlerinden daha fazla memnun olacaklar (Giglio vd., 2015; Suardana, 2016), dalış merkezlerinin sundukları dalış hizmet ve ürünlerine daha fazla güven duyacaklar ve bağlılık sergileyeceklerdir (Suardana, 2016). Bu doğrultuda dalış merkezleri ve destinasyonlar tarafından dikkate alınması gereken önemli konulardan biri dalışın sualtı çevresini öğrenme, macera yaşama ve keşfetme, günlük rutinden kaçma ve rahatlama, yeni veya bilindik kişilerle etkileşim kurma gibi deneyimler yaşatmasıdır. Bir dalış sırasında yaşanılacak eşsiz deneyimler dalgıçların ürünlerle duygusal olarak ilgili hale gelmesine olanak sağlayacaktır (Lemke & Olech, 2011). Bu nedenle dalış merkezleri dalgıçların dalışın sualtı çevresini öğrenme, macera yaşama ve keşfetme, günlük rutinden kaçma ve rahatlama, yeni veya bilindik kişilerle etkileşim kurmalarına olanak sağlayacak ortamları yaratmaları gerekmektedir. Aynı dalış noktasına yapılacak her farklı dalış ortamda bulunan farklı deniz canlıları nedeniyle farklı şeylerin keşfedilmesine ve öğrenilmesine hizmet edebilir. Bu yüzden dalış eğitmenleri dalış sırasında dalış yapanların her gün karşılaşamayacakları özel manzaraları ve ilginç deniz yaşamını (yunuslar, deniz kaplumbağaları, balinalar vb.) tespit ettiklerinde bu canlılara zarar vermeden dalış yapanların deneyimlemelerine sunmaları gerekmektedir. Dalış deneyimi yaratacak bu unsurların yanı sıra daha az önemli bir motivasyon kaynağı olsa da dalış yapanların yaş gruplarına ve aylık gelirlerine göre kişisel ve prestij amaçlı motivasyonun farklılık gösterebileceği unutulmamalıdır.

Bir destinasyon ve dalış merkezi yöneticilerinin üzerinde durması gereken önemli konulardan bir diğeri ise deniz çevresini korumaya yönelik alınacak önlemlerdir. Bunun en temel sebebi destinasyonun veya dalış merkezinin dalış yapmak için seçilmesinde en önemli motivasyonun sualtı yaşamının zenginliği ve çekiciliği, deniz suyu temizliği ve berraklığı, güvenli dalış noktaları ve olanakları gibi temel dalış özellikleri ile ilgili olmasıdır. Mundet ve Ribera (2001) da su altı dalış endüstrisinin devam etmesi için çevre korumasının vazgeçilmez bir şart olduğunu belirtmektedir. Benzer şekilde Kubaş vd. (2006) de çevrenin turizm aktiviteleri için kilit bir faktör olduğunu bu nedenle daha fazla ziyaretçinin sürekli gelmesini beklemek için kırılğan doğal yapıların korunması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Bu noktada sualtı ve su üstü çevresinin zarar görmemesi için öncelikle dalış merkezlerinin su altı ve üstü taşıma kapasiteleri ile koruma-kullanım dengesinin dikkate alınmasıdır. Sualtı çevresi, deneyimi olmayan dalgıçların istenmeyen davranışları tarafından tehdit edilmekte olup söz konusu olumsuz durum destinasyon çekiciliğini etkilemektedir (Lemke & Olech, 2011). Bu nedenle çevrenin korunmasında diğeri önemli bir konu başta deneyimli olmayanlar olmak üzere tüm dalış yapanlara verilecek sualtı çevresini koruma eğitimleridir. Böylece su altı dalış Agusitine vd. (2015)'nin de belirttiği gibi mercan resifleri gibi deniz ekosistemlerinin korunmasında önemli bir rol oynayabilir. Bu noktada gelecekte su altı yaşamının korumasına yönelik verilecek eğitimlerin dalış yapanların çevresel farkındalığı ve davranışları üzerindeki etkilerinin araştırılmasına yönelik çalışmaların yapılmasına öncelik verilmelidir.

Dünya çapında dalış yapanların motivasyonlarının araştırılması konusunda tatmin edici sayıda çalışma yapılmasına rağmen bu çalışma Türkiye örneklemini bağlamında su altı dalış yapanların motivasyonlarının araştırılması bakımından öncül bir nitelik taşımaktadır. Ancak her çalışmada olduğu gibi bu çalışma da bazı sınırlılıklara sahiptir. Birinci olarak çalışma için gerekli olan veriler Türkiye'de dalış yapanların kesin listesine ulaşılmaması nedeniyle Türkiye'deki dalış merkezine ve dalış merkezlerinin Instagram hesaplarına üye olan toplam 261 dalış yapandan toplanmıştır. Ancak çalışma ile ilgili ön açıklama yapılmasına ve farklı zamanlarda çoklu paylaşım yapılmasına rağmen çok sayıda katılımcı anketlere cevap vermede gönüllü olmamıştır. Dolayısıyla araştırmanın başında planlandığı gibi 384 katılımcıya ulaşılamamıştır. Bunun temel sebebinin bazı katılımcıların anketin bağlantı adresine güven duymamaları olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle bulguların ülkemizdeki ve diğeri ülkelerdeki dalış motivasyonları için genelleştirilmesi mümkün olmayabilir. Gelecekte farklı kanallardan elde edilecek yeterli sayıda örneklem ile keşifsel olarak tespit edilen su altı dalış motivasyon faktörlerinin doğrulanmasına yönelik araştırmaların yapılması önerilmektedir. İkinci olarak daha öncede bahsedildiği üzere alan yazın taraması ile ulaşılan İngilizce ifadelerin Türkçeye çevrilmesinde tercüme ve geri tercüme süreci dikkate alınmış ve ifadelerin anlaşılabilirliğinin Türkçe dil uzmanı tarafından kontrol edilmiştir. Buna rağmen "Dalış Yapmaya Çeken Motivasyonu Ölçmeye Yönelik" 23 ifadenin son fiillerinin (yüklemlerinin) hepsinin "etkilidir" olması ölçek

oluşturmada bir eksiklik olarak değerlendirilebilir. Bu nedenle su altı dalış yapmaya çeken motivasyon faktörlerinin doğrulanmasına yönelik araştırmalarda bu konunun dikkate alınması önerilmektedir. Üçüncü olarak çalışma su altı dalış yapanların motivasyonunu etkileyen faktörlerin neler olduğunu ve motivasyonunun teorik olarak temellendirilen demografik (cinsiyet, yaş, aylık gelir, medeni ve eğitim durumu) ve deneyimsel özelliklere (dalış sayısı, dalış yapılan yıl ve yer sayısı) göre durumunu belirlemeye yöneliktir. Gelecekte motivasyonun dalış memnuniyeti, dalış hizmetlerine güven, destinasyona veya dalış merkezine tekrar gelme niyeti, çevresel tutum ve davranışlara etkisi gibi ardıl değişkenler üzerindeki etkilerinin araştırılması önerilmektedir. Son olarak dalış motivasyonunun su altı dalış yapanların destinasyonu tercih etmesine neden olan faktörlerden sadece biri olduğu unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

Akkoç, T. (2013). *Bozcaada, Eceabat, Gökçeada ilçeleri (Çanakkale ili) kıyılarında su altı dalış turizmi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.

Akpınar, E. & Bulut, Y. (2010). Ülkemizde alternatif turizm bir dalı olan ekoturizmi çeşitlerinin bölgelere göre dağılımı ve uygulama alanları. *III. Ulusal Karadeniz Ormanlık Kongresi* (20-22 Mayıs) Bildiri içinde (ss. 1575-1594), Cilt: IV. Artvin.

Augustine, S., Dearden, P. & Rollins, R. (2015). Are changing diver characteristics important for coral reef conservation?. *Aquatic Conservation: Marine and Freshwater Ecosystems*, 26 (4), 660-673.

Bentz, J., Lopes, F., Calado, H. & Dearden, P. (2016). Managing marine wildlife tourism activities: Analysis of motivations and specialization levels of divers and whale watchers. *Tourism Management Perspectives*, 18, 74-83.

Böyükelhan, E. (2014). *Scuba dalışı yapan amatör sporcuların bu faaliyetlere katılmaya teşvik eden motivasyonel faktörlerin belirlenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.

Cottrell, S. P. & Meisel, C. (2004). Predictors of personal responsibility to protect the marine environment among scuba divers. *Proceedings of the 2003 Northeastern Recreation Research Symposium* Bildiri içinde (ss.252-261). Gen. Tech. Rep. NE-317. Newtown Square, PA: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Northeastern Research Station.

Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6 (4), 408-424.

Çulha, O. & Uşaklı, A. (2012). Turistlerin su altı dalış motivasyonlarının belirlenmesi. *Sualtı Değerleri ve Turizm Sempozyumu (7-9 Haziran)* Bildiri içinde (ss. 12), Balıkesir.

Davis, D. & Tisdell, C. (1996). Economic management of recreational scuba diving and the environment. *Journal of Environmental Management*, 48 (3), 229-248.

Dearden, P., Bennett, B. & Rollins, R. (2006). Implications for coral reef conservation of diver specialization. *Environmental Conservation*, 33 (4), 353-363.

Dimmock, K. & Musa, G. (2015). Scuba diving tourism system: A framework for collaborative management and sustainability. *Marine Policy*, 54, 52-58.

Ditton, R. B., Osburn, H. R., Baker, T. L. & Thailing C. E. (2002). Demographic, attitudes and reef management preferences of sport divers in offshore Texas waters. *ICES Journal of Marine Sciences*, 59, 186-191.

Edney, J. (2012). Diver characteristics, motivations and attitudes: Chuuk Lagoon. *Tourism in Marine Environments*, 8 (1-2), 7-18.

Edney, J. & Spennemann, D. H. (2014). Can artificial reefs reduce impacts on historic shipwrecks? Perceptions and motivations held by wreck divers. *Bulletin of the Australasian Institute for Maritime Archaeology*, 38, 93-110.

Erdem, B. & Girgin, G. K., (2008). Spor turizmi. N. Hacıoğlu ve C. Avcıkurt (Editörler), *Turistik ürün çeşitlendirmesi* içinde (ss. 385-409). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50.

Fuchs, G., Reichel, A. & Shani, A. (2016). Scuba divers: The thrill of risk or search for tranquility. *Tourism Recreation Research*, 41 (2), 145-156.

Garrod, B. & Gössling, S. (2008). *New frontiers in marine tourism: Diving experiences, sustainability, management*. Oxford: Elsevier

Geldenhuys, L. L., Merwe, P. V. D. & Slabbert, E. (2014). Who is the scuba diver, who visits Sodwana Bay and why?. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 36 (2), 91-104.

Giglio, V. J., Luiz, O. J. & Schiavetti, A. (2015). Marine life preferences and perceptions among recreational divers in Brazilian coral reefs. *Tourism Management*, 51, 49-57.

Haden, L. (2007). Diving tourism - international. *Travel & Tourism Analyst*, April, 1-56.

Hair, J. F., Babin, B. Money, A. H. & Samouel, P. (2003). *Essentials of business research methods*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis: A global perspective*, Seventh Edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Hinkin, T. R. (1995). A review of scale development practices in the study of organizations. *Journal of Management*, 21 (5), 967-988.

Karaman, H., Atar, B. & Aktan, D. Ç. (2017). Açıklayıcı faktör analizinde kullanılan faktör çıkartma yöntemlerinin karşılaştırılması. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 37 (3), 1173-1193.

Karasar, N. (1994). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar, ilkeler, teknikler*. Ankara: 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd.

Kubaş, A., Altaş, D. & Şapçı, B. (2006). Analysis of the motivation factors that affect the divers' diving place preferences by the ordinal logistic regression. *International Journal of Agriculture & Biology*, 8 (1), 76-79.

Lemke, L. & Olech, L. (2011). Dive tourism. A., Papathanassis (Editör), *The long tail of tourism: Holiday niches and thier impact on mainstream tourism* içinde (ss. 105-114). Gabler Verlang: Springer.

Lewis, B. R., Templeton, G. F. ve Byrd, T. A. (2005). A methodology for construct development in MIS research. *European Journal of Information Systems*, 14 (4), 388-400.

Lucrezi, S., Saayman, M. & Merwe, P. V. D. (2013). Managing diving impacts on reef ecosystem: Analysis of putative influences of motivations, marine life preferences and experience on divers' environmental perceptions. *Ocean & Coastal Managment*, 76, 52-63.

Lusby, M. C. & Cotrell, S. (2008). Understanding motivation and expectation of scuba divers. *Tourism in Marine Environments*, 5 (1), 1-14.

Meisel, C. & Cottrell, S. (2004). Differences in motivations and expectations of divers in the Florida keys. *Proceedings of the 2003 Northeastern Recreation Research Symposium* Bildiri içinde (ss. 393-401) GTR-NE-317 Newtown Square, PA: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Northeastern Research Station.

Meyer, L., Thapa, B. & Gray, L. P. (2002). An exploration of motivations among scuba divers in North Central Florida. *Proceedings of the 2002 Northeastern Recreation Research Symposium*. ss. 2292-295.

Mundet, L. & Ribera, L. (2001). Characteristics of divers at a Spanish resort. *Tourism Managment*, 22 (5), 501-510.

Musa, G., Kadir, S. L. S. & Lawrance, L. (2006). Layang Layang: An empirical study on scuba divers' satisfaction. *Tourism in Marine Environments*, 2 (2), 89-102.

Musa, G., Seng, W. T., Thirumoorthi, T. & Abessi, M. (2011). The influence of scuba divers' personality, experience and demographic profile on their underwater behaviour. *Tourism in Marine Environments*, 7 (1), 1-14.

Pabel, A. & Coghlan, A. (2011). Dive market segments and destination competitiveness: A case study of the great barrier reef in view of changing reef ecosystem health. *Tourism in Marine Environments*, 7 (2), 55-66.

Petreas, C. P. (2003). Scuba diving: An alternative form of coastal tourism for Greece. B. Garrod & J. C. Wilson (Editörler), *Marine ecotourism: Issues and experiences, (aspects of tourism)* içinde (ss. 215-232). Clevedon: Channel View Publication.

Rangel, M. O., Pita, C. B., Gonçalves, J. M. S., Oliviera, F., Costa, C. & Erzini, K. (2014). Developing self-guided scuba dives routes in the Algarve (Portugal) and analysing visitors' perceptions. *Marine Policy*, 45, 194-203.

Ronen, S. & Shenkar, O. (1985). Clustering countries on attitudinal dimensions: A review and synthesis. *Academy of Management Review*, 10 (3), 435-454.

Sevinç, F. & Özel, Ç. H. (2018). Boş zaman aktivitesi olarak dalış ve yaşam doyumu ile ilişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (3), 397-415.

Sharma, S. (1996). *Applied Multivariate Techniques*. Newyork: John Wiley & Sons Inc.

Suardana, W. I. (2016). Motivation, satisfaction, trust and loyalty: An analysis of divers' behaviour. *International Journal of Multidisciplinary Educational Research*, 5 (4), 21-51.

Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Thapa, B., Graefe, A. & Meyer, L. (2005). Moderator and mediator effects of scuba diving specialization on marine-based environmental knowledge-behaviour contingency. *The Journal of Environmental Education*, 37 (1), 53-67.

Tschapka, M. K. & Kern, C. L. (2013). Segmenting adventure tourists: A cluster analysis of scuba divers in Eastern Australia. *Tourism in Marine Environments*, 9 (3), 129-142.

Todd, S., Graefe, A. & Mann, W. (2002). Differences in scuba divers motivations based on level of development. S. Todd (Ed.), *Proceedings of the 13th Northeastern Recreation Research Symposium* Bildiri içinde (ss. 107–114). Newton Square, PA: USDA, Forest Service.

Todd, S., Anderson, L., Young, A. & Anderson, D. (2002). Differences in motivations over time by level of development: An examination of pre/post adventure recreation experiences. *Proceedings of the 2002 Northeastern Recreation Research Symposium* Bildiri içinde (ss.125-131).

Top, B. M., Yolak, U. & Thomas, L. (2013). *Türkiye'nin deniz ve kıyı koruma alanları sisteminin güçlendirilmesi projesi: Foça özel çevre koruma bölgesi sportif dalış turizmi fizibilite çalışması*, http://dcm.dka.gov.tr/App_Upload/17_Foca%20Ozel%20Cevre%20Koruma%20Bolge%20Sportif%20Dalis%20Turizmi%20Fizibilite%20Calismasi.pdf (Erişim Tarihi: 13.04.2018).

T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı Spor Genel Müdürlüğü (2017). *Sporcu sayıları 2017*, <http://sgm.gsb.gov.tr/Sayfalar/175/105/Istatistikler> (Erişim Tarihi: 12.03.2018).

Türkiye İstatistik Kurumu (2017). *Harcama türlerine göre turizm gelirleri 2002-2017*, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072 (Erişim Tarihi: 15.02.2018).

Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu (2017). *Dalış merkezleri 2017*, <https://tssf.gov.tr/dalis-cankurtarma-uzman-egitim-merkezleri> (Erişim Tarihi: 06.05.2017).

Uyarra, M. C., Watkinson, A. R. & Cote, I. M. (2009). Managing dive tourism for the sustainable use of coral reefs: Validating diver perceptions of attractive site features. *Environment Management*, 43 (1), 1-16.

Vanhamäki, I. (2008). Cross-border cooperation in the development of history based tourism products - A case study of diving tours at Lake Saimaa and Lake Ladgoga. K. Lindroth ve M. Voutilainen (Editörler) Bildiri içinde (ss. 547-552), *Proceedings of the Travel and Tourism Research Association Europe 2008 Annual Conference in Helsinki, Finland*.

Wong, K. K., Thirumoorthy, T. & Musa, G. (2013). Scuba diving motivation. G. Musa & K. Dimmock (Editörler), *Scuba diving tourism: contemporary geographies of leisures, tourism and mobility* içinde (ss. 107-116). London and New York: Routledge.

Yarmacı, N. & Keleş, M. Ç. (2017). Su altı dalış turizminin mevcut durumu, sorunları ve geliştirilmesine yönelik öneriler: Kaş örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 66-87.

Yarwasky, L. & Furst, D. M. (1996). Motivation to participate of divers with and without disabilities. *Perceptual and Motor Skills*, 82 (3), 1096-1098.

Yaşar, O. (2011). Saros Körfezi kıyılarında su altı dalış turizmi. *Journal of World of Turks*, 3 (1), 33-55.

Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2007). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yüksel, A. & Yüksel, F. (2004). *Turizmde bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Turhan Kitabevi.

Yayın Geliş Tarihi: 27.05.2019

Yayına Kabul Tarihi: 11.09.2019

Online Yayın Tarihi: 19.12.2019

http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.570526

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1305-1320

ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

GASTROMİLLİYETÇİLİK ve GASTRODİPLOMASİ KAVRAMLARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Turgay BUCAK*
Serkan YİĞİT**

Öz

Toplum içerisinde farklı dil ve lehçeler konuşulsa bile, toplum bilinci için bazı ortak değerler bulunmaktadır. Bu değerler, toplum için ortak dil özelliği gösterebilmektedir. Ulusal mutfak kültürü de, toplumlar için ortak bir dil görevi görmektedir. Bu bağlamda, mutfak kültürüne ait herhangi bir yemeğin hazırlanması, insanlarda milli duyguların tetiklenmesine neden olmaktadır. Gastromilliyetçilik kavramının temelleri, bu noktada ortaya çıkmaktadır. Gastromilliyetçilik kavramının en temel amacı, ulusal mutfağının korunmasında milli duyguların ön planda tutularak toplum içerisinde bir bilinç uyandırmaya çalışmaktır. Gastromilliyetçilik kavramı ile ortaya konan mutfak kültürü değerlerinin, diğer kültürler arasında köprü oluşturması ve bu sayede etkileşim ve tanıtım aracı olarak kullanılabilmesi ise gastrodiplomasi olarak adlandırılmaktadır. Bu çalışmanın amacı, gastronomi literatürü için yeni iki kavram olan; gastromilliyetçilik ve gastrodiplomasi kavramlarını tanımlayarak ulusal mutfağın korunmasında, tanıtılmasında ve sürdürülebilir hale getirilmesinde bu iki kavramın önemini ortaya koymaktır. Çalışma kapsamında dünyadan ve Türkiye'den, gastromilliyetçilik ve gastrodiplomasi faaliyetlerine örnekler verilerek değerlendirmeler yapılmıştır. Çalışmanın sonuç kısmında; bu iki kavramın öneminden bahsedilerek, Türk mutfağının tanıtılmasında bu iki kavramın daha fazla nasıl etkin kullanılabileceği sorusuna cevap aranmıştır. Türk mutfak kültürünün tanıtılmasında, gastromilliyetçilik ve gastrodiplomasi faaliyetlerinin, tanıtım çalışmalarına olumlu yönde etki edeceği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastromilliyetçilik, Gastrodiplomasi, Ulusal Mutfak.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Bucak, T. & Yiğit, S. (2019). Gastromilliyetçilik ve gastrodiplomasi kavramları üzerine bir değerlendirme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1305-1320.

* Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi Seferihisar Fevziye Hepkon Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ORCID: 0000-0002-4901-2673, turgay.bucak@deu.edu.tr

** Araş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi Seferihisar Fevziye Hepkon Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ORCID: 0000-0003-1284-7236, serkan.yigit@deu.edu.tr

AN EVALUATION ON CONCEPTS OF GASTRONATIONALISM AND GASTRODIPLOMACY

Abstract

Even if different languages and dialects are spoken in the society, there are some common values for public awareness. These values can be a common language characteristic for the society. National culinary culture also serves as a common language for societies. In this context, the preparation of any dish from the culinary culture can cause the national feelings to be triggered in people. The foundations of the concept of gastronationalism are also emerging at this point. The main goal of the concept of gastronationalism is try to arouse awareness in the society by keeping national feelings in the forefront of the preservation of national cuisine. It is called as gastrodiploMACY that the culinary culture values revealed by the concept of gastronationalism are bridges between other cultures and can be used as a means of interaction. Gastronationalism and gastrodiploMACY examples giving from world and Turkey and assessments have been made. In the conclusion part; by mentioning the importance of these two concepts, the answer to the question of how to use these two concepts more effectively in the introduction of Turkish cuisine.

Keywords: Gastronomy, Gastronationalism, GastrodiploMACY, National Culinary.

GİRİŞ

Farklı özelliklere sahip insanların toplum içerisinde birlikte yaşamaları; aynı coğrafyayı paylaşmalarına, belirli inanış ve kültürel ritüelleri yerine getirmelerine ve aynı kültür ile tarihi paylaşmalarına neden olmaktadır. Bu gibi ortak değerler, insanlarda toplum bilincinin artmasına ve bir kimliğe ait olma hissinin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Ortaya çıkan bu his ile insanlar, ortak bir kimliğe ait olma duygusu içerisinde girebilmektedirler. Oluşan bu duygu, insanlarda ulusal kimliğin ortaya çıkmasına da ön ayak olabilmektedir. Ulusal kimlik kavramı, toplum içerisinde ortak tarihsel ve kültürel değerlerin paylaşımının sonucu olarak ortaya çıkan, psikolojik bir bağlılık duygusudur (Şimşek & Ilgaz, 2007: 194). Aynı ulusal kimliği paylaşan insanlar, toplum içerisinde birbirleri ile yakınlaşarak belli amaçlar doğrultusunda ortak hareket edebilmektedirler (Aksakal, 2015: 208). Ulusal kimliğin ortaya çıkışında etkili olan kültür olgusu, toplum içerisinde yıllar boyu biriken birtakım değerlerin bütünüdür.

Toplumların yakınlaşmasında etkili olan kültür olgusu; ortak değerlerin bir sonucu olarak, hayatın birçok noktasında kendini hissettirebilmektedir. Kültür olgusu, aynı toplum içerisinde yer alan bireylerin yaşam tarzlarını, davranışlarını, gelenek ve görenekleriyle birlikte, bireylerin ne tür yiyecek ve içecekleri tercih edebilecekleri gibi birçok konuda etkinliğini ortaya koyabilmektedir (Hjalager, 2004: 196). Kültür, özellikle toplumların yiyecek ve içecek öğünlerini etkileyen en önemli faktörlerin başında gelmektedir. Aynı kültürü paylaşan insanlar, küçük yaştan itibaren yiyecek alışkanlıklarını öğrenmeye ve hayatları boyunca sürdürmeye devam etmektedirler. İnsanların küçük yaştan itibaren öğrenmeye

başladığı yiyecek ve içecek alışkanlıkları, bir birikim haline gelerek toplumun ulusal mutfak kültürünü oluşturmaktadır. Ulusal mutfak kültürü en basit ifadeyle; topluma tanıdık olan ve o ulusa ait olan yiyecek ve içeceklerin diğer mutfak kültürlerine ait olan yiyecek ve içeceklerden ayırt edilmesine olanak sağlayan bir olgu şeklinde tanımlanabilmektedir. Bu nedenle kültür ve ulusal mutfak sürekli bir ilişki içerisinde. Bu bağlamda kültür ve ulusal mutfak kültürü, toplumun ne tür yiyecekler tüketebileceğinin en temel göstergesidir (Beşirli, 2010: 160). Mutfak kültürü, toplum içinde farklı bireyleri bir araya getirebildiği için bir noktada toplumun keşif noktası haline gelebilmektedir. Mutfak kültürü, toplum içerisinde farklı diller konuşulsa dahi ortak bir dil halini alabilmektedir. Bu düşünceleri destekleyen ünlü Fransız antropologlarından Levi-Strauss; “*Bir toplumun yemek pişirme yöntemi, farkında olmadan milli duygularını tercüme ettiği ortak bir dildir.*” cümlesi ile mutfağın toplum içerisindeki ortak değer özelliğine vurgu yapmıştır (Barkören, 2005: 165). Brillat-Savarin “*Bana ne dediğini söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim*” ifadesiyle; ulusal mutfak kültürünün toplumları tanımlamada etkili bir şekilde kullanılabileceğine vurgu yapmıştır (Çalışkan, 2013: 40).

Oluşumu yıllar süren ulusal kimlik, toplumlar arasında birleştirici bir güç olarak değer görmektedir. Toplumun bir çatı altında toplanabilmesini sağlayabilen ulusal kimlik kavramı, aynı zamanda toplumun mutfağında da söz sahibidir. Toplum içinde yaygın olan ulusal kimliğin etkileri ulusal mutfakta da etkisini gösterebilmektedir. Toplum içerisindeki kimliklerin çeşitliliği ulusal mutfağın zenginliğine de katkı sağlamaktadır. Bu nedenle ulusal mutfağın korunması ve geliştirilmesi aynı zamanda ulusal kimliklerin de korunmasına ve geliştirilmesine olanak sağlamaktadır.

Ulusal mutfakların tanıtılmasına verilen önemin, son yıllarda artış göstermesinin ana nedenlerinden biri de; yemeğin temsil gücüdür. Yemek ve temsil ettiği fikir ve düşünceler, değerler, kimlikler ve tutumlar iletişim amaçlı kullanılabilmektedir (Zhang, 2015: 568). Ulusal mutfak kültürlerinin kültürlerarası iletişimdeki gücü, günümüz dünyasında yumuşak güç olarak değerlendirilmektedir. Bu durum ulusal mutfakların, diplomasi adına bir araç olarak kullanılabilmeye olanak sağlamaktadır. Ulusal mutfaklar, ulusları temsil etmede yıllardır diplomatik bir araç olarak sıklıkla kullanılmaktadır. Mutfakların diplomasi aracı olarak kullanılmasına tarihten bir örnek olarak, Fransa’da meydana gelen devrim sonrası ünlü Fransız Dışişleri Bakanı Talleyrand’ın, İmparator Napolyon Bonapart’a “*Bana iyi şefler verin, size harika antlaşmalar hazırlayayım*” sözü verilebilmektedir (Karaca, 2015). Günümüzde ulusal mutfaklar, diplomasi alanında çalışılmakta ve yeni diplomatik stratejilere ulus mutfakları da dahil edilmektedir. Ulusal mutfaklar, diplomasi ile birleştirilerek ülkelerin tanıtım, arabuluculuk, toplumlar arasındaki iletişimin kuvvetlendirilmesi gibi diplomatik amaçlara hizmet edebilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, gastronomi literatürü için yeni iki kavram olan gastromilliyetçilik ve gastrodiplomasi kavramlarının tanımlanarak ulusal mutfakın korunmasında, tanıtılmasında ve sürdürülebilir hale getirilmesinde önemli birer yöntem olarak kullanılabilirliklerini ortaya koymaktır. Çalışma ikincil veri kaynakları incelenerek oluşturulmuştur. Literatür taraması sırasında, gastromilliyetçilik ve gastrodiplomasi kavramlarını konu alan çalışma sayısının az olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle bu çalışma; ulusal mutfak, gastromilliyetçilik ve gastrodiplomasi ile ilgili daha sonraki çalışmalara öncülük edebilme potansiyeline sahip olması nedeniyle önemli olarak görülmektedir. Çalışmanın ele aldığı problemi; Türk mutfak kültürünün gastromilliyetçilik ve gastrodiplomasi ile daha fazla nasıl tanıtılabileceği sorusu oluşturmaktadır. Çalışmada gastromilliyetçilik ve gastrodiplomasi kavramları üzerine örnekler verilmiş ve sonuç kısmında bu iki kavramın öneminden bahsedilerek, Türk mutfakının tanıtılmasında kullanılması gerektiğinin üzerinde durulmuştur.

KAVRAMSAL ANALİZ

İnsanoğlunun dünya sahnesinde var olduğu günden günümüze kadar, hayati konuların başında beslenme olgusu gelmektedir (Yiğit & Doğdubay, 2017:163; Bucak & Ateş, 2014a:316). Ancak beslenme yani yeme ve içme faaliyetleri sadece fiziksel ihtiyaçların giderildiği bir eylemler bütünü değildir. Günümüzde yemek, insanoğlunun hayatını devam etmesi için gerekli olan fiziksel ihtiyaçların ötesinde bir önem taşımaktadır (Chapple-Sokol, 2013: 161; Aymankuy & Sarıoğlan, 2007: 9). Yemek olgusu, zamanla fiziksel bir ihtiyaç olmanın yanında sosyolojik bir boyut da kazanmıştır. Fiziksel ihtiyaçların dışına çıkan yeme ve içme faaliyetleri; insanlar ve toplumlar tarafından algılanışı, çeşitli etkiler neticesinde değişiklik gösterebilmektedir. Bu etkilerin başında; kişinin toplum içerisinde sahip olduğu kimlik, mensubu olduğu ulusun kimliği ve toplumun mutfak kültürünün etkili olduğu düşünülmektedir (Ichijo & Ranta, 2016: 11).

Tarih boyunca ulusal mutfak kültürleri, farklı nedenlerden dolayı değişimler geçirmiştir. Bu değişimlere; Fransız Devrimi sonucunda dünyada artan milliyetçilik söylemleri örnek olarak verilebilmektedir. Artan milliyetçi söylemler sonucu; edebiyattan sanata, iktisattan eğitime hemen hemen hayatın bütün alanları milliyetçilik söylemlerinden etkilenmiştir. Artan milliyetçi söylemler, ulusların mutfak kültürlerini de etkisi altına almıştır. Ulusal mutfak kavramı, Fransız Devrimi'nden sonra yeni bir oluşum içerisine girmiştir. Yemek isimleri, pişirme teknikleri, araç ve gereç isimlerinde geçmişe göndermeler yapılarak ulus ile mutfak arasındaki köprüler kuvvetlendirilmiştir (Fırat, 2014: 133). Bu örnekten yola çıkarak, Fransız Devrimi'nden sonra ulusal mutfaklarda milliyetçilik söylemleri artış göstermiş denilebilmektedir.

Milliyetçi duygular ile ulusal mutfakın korunması ve güçlendirilmesi amacını taşıyan faaliyetler literatürde “Gastromilliyetçilik” veya “Mutfak Milliyetçiliği” adı altında incelenmektedir (DeSoucey, 2010: 446; Ferguson, 2010:

102). Gastromilliyetçilik veya mutfak milliyetçiliği kavramları en anlaşılır biçimde tanımlanacak olursa, *bir ulusun kendi mutfak kültürünün ürünü olan yemekleri yaparken, sunarken ve tanıtırken tüm bu süreci milliyetçi duyguları ön planda tutarak yapmasıdır* (DeSoucey, 2010: 433; Şahin, 2017: 460; Mincyte, 2011: 1). Gastromilliyetçilik kavramının en temel motivasyonu, ulusal mutfağın korunmasında milli duyguların ön planda tutulmasıyla toplum içerisinde bir bilinç uyandırmaya çalışılmasıdır. Çalışma kapsamında kavram karmaşasına neden olmamak için gastromilliyetçilik kavramı üzerinden devam edilecektir.

Ortak bir yemek kültürü ortaya koymak, somutlaştırmak, onu korumak ve sürdürülebilir hale getirmek gibi eylemler ulusal bir girişim ve ortak hareketle mümkündür. Bu noktada gastromilliyetçilik kavramı farklı toplumlara (etnik, din, coğrafya veya sınıfla bölünmüş) bir araya getirmede etkili bir şekilde kullanılabilir (Cusack, 2000: 208; Cusack, 2004: 134). Milli duygularla hareket ile toplum içerisinde öze dönüş veya orijinali koruma gibi söylemler gelişebilmektedir. Bu duruma örnek olarak “Slow Food (Yavaş Yemek)” hareketi gösterilebilmektedir. İtalyan halkı kendi mutfak kültürünü korumak amacıyla “Fast Food” işletmelerini protesto etmişlerdir. Slow Food adı verilen bu hareketin ana amacı yerel mutfakların korunması ve sürdürülebilir hale getirilmesidir. Bu hareket tüm dünyada hızlı bir şekilde yayılarak destek kazanmıştır. Bir başka örnek olarak ise; Türkiye için ortak bir değer olan baklavanın Yunanistan tarafından sahiplenilmesi gösterilebilmektedir. Bu süreçte Türk baklavacılar ortak bir duruş göstererek, baklavanın Türkiye’ye ait olduğunu hem ulusal hem de uluslararası platformlarda dile getirmişlerdir. Sonuç olarak baklava, Türkiye adına tescillenmiştir.

Günümüz dünyasının küresel bir yapı alması ile birlikte, ülkeler birbirleri ile hem ticari hem de kültürel anlamda yakınlaşmışlardır. Ticari ve kültürel anlamda ülkeler arasındaki sınırlar ortadan kalkmıştır. Ortadan kalkan sınırlar, farklı ülkelerde yaşayan insanların, yeni kültür, ülke ve mutfaklar ile tanışmasında kolaylık sağlamıştır (Türker, 2018: 15). Mutfakların küreselleşmesi ile insanlar, farklı ülke ve mutfak kültürlerine ait yiyecek ve içecekleri dünyanın her yerinde bulma imkânına sahip olmuşlardır (Yurdigül, 2010:152). Farklı ülke ve mutfak kültürlerine ait yiyecek ve içeceklere olan ulaşımın kolaylığı, ulusal mutfaklar açısından olumsuz durumlar ortaya çıkarmaktadır. Bu olumsuz durumlar; ulusal mutfağın erozyona uğraması, asimile olması, ulusal tariflerin unutulması veya tüketilmesinin azalması gibi olumsuz örnekler ile açıklanabilmektedir. Bu gibi olumsuz durumların yaşanmaması adına; ulusal mutfakların, diğer ulusal mutfak etkilerinden korunması gerekmektedir. Farklı ülke ve mutfak kültürlerine ait olan yiyeceklerin artışına tepki olarak, “ulusal”, “yerel” veya “geleneksel” olan yiyecekleri ulusal ve uluslararası pazarda teşvik etme gastromilliyetçiliğinin amaçları arasında yer almaktadır. Gastromilliyetçilik bu sebeple, “bizden olanı bizden olmayandan” ayırt ederek milli yemek kültürünün otantikliğini teyit etmektedir (Caldwell, 2002: 297).

İnsanların yemek tercihleri; büyüdükleri yer, sahip oldukları kültür, ait oldukları gruplar ve içinde yaşadıkları toplumsal mekânlar ile şekil kazanmaktadır (Stajcic, 2013: 5). Diğer bir ifadeyle, insanların yedikleri ve pişirdikleri yemek, kim olduklarına dair pek çok bilgiyi aktarabilmektedir (Fonseca, 2008: 29). Bu yargı “*İnsanın kim olduğu ne yediğinden anlaşılır*” diyen Alman atasözüyle de desteklenmektedir (Gürsoy, 2005: 389). Bu atasözü kısaca halk dilinde “*Ne Yiyorsan O’sun*” şeklinde de ifade edilebilmektedir. Bu nedenle insanların edindikleri damak tadı ile yemek tercihi ve ulusal kimlikleri arasında güçlü bir bağlantının olması, tek bir başlık altında yani ulusal mutfak kültürü adı altında incelenebilmektedir (Mintz & Du Bois, 2002: 109). Bu nedenle, farklı kültürleri tanıma, ulusal mutfak kültürünün etkisi büyüktür. Günümüz turistlerinin farklı kültürleri tanıma isteği, ulusal mutfak kültürlerinin ilgi odağı olmasına neden olmaktadır. Günümüz turistleri sadece farklı yerler görmek amacıyla değil, aynı zamanda farklı kültürlere ait yiyecekleri de deneyimlemek amacıyla seyahatler düzenlemektedirler. Farklı kültürlere ait olan yemeklerin deneyimlenmesi, sadece fizyolojik açıdan bir ihtiyacın giderilmesi değil, aynı zamanda sosyolojik açıdan da kültürün mutfak üzerinden okunması olarak yorumlanabilmektedir.

Gastronomi biliminin ve gastronomi turizminin son yıllarda artan etkinliği ile ülkeler ve kültürler, kendilerine ait olan yiyecek ve içecekleri markalama ihtiyaçları duymaktadırlar (Gürbüz vd., 2017: 125). Ülkeler gastronomik değer taşıyan değerlerini markalayarak veya etiketleyerek, ulusa ait olan bir imgenin beraberinde yemeğe veya ürüne geçebilmesini sağlamaktadırlar. Bu aktarım aşlında ulusal mutfağın, başka toplumlar üzerinde etkili olabilmesine ve kendi değerlerini iletmesi adına bir köprü vazifesi görmektedir (Yurdigül, 2010: 152). Ulusal mutfak ürünlerinin coğrafi işaretler kapsamına alınması ve UNESCO’nun somut olmayan kültürel miras listelerinde ulusal mutfak ürünlerine yer vermesi gibi olaylar örnek olarak gösterilebilmektedir. Ulusal mutfak kültürleri içerisinde bu gibi tescilli ürünlerin bulunması, yerelliğe ve otantikliğe önem veren turistler tarafından olumlu karşılanmaktadır.

Bir ülkede yaşayan kültür, ulusal kimlik ve ulusal mutfaklar turistlerin ilgisini çekebilmektedir. Artan turizm hareketliliği içerisinde gastronomi turizmini tercih eden turistler, farklı kültürleri tanıma faaliyetleri içerisinde sıklıkla yerel yemekleri denemektedirler (Yuan, 2015: 16). Bunun nedeni olarak da; ulusal mutfak ürünlerinin, toplum veya ülke kültürü hakkında derinlemesine bilgiler içermesi ve kültür kavramının mutfaklar üzerinden okunabilmesi gösterilebilmektedir. Son yıllarda gastronomi turizminin ekonomik açıdan getirileri artmaktadır. Bundan dolayı ülke veya bölgeler; ulusal mutfaklarını ön plana çıkartarak, çekicilik unsuru olarak bunu kullanmaktadırlar. Gastronomi turizminin ekonomik faydalarından daha fazla faydalanmak amacıyla, ulusal mutfakların korunması ve tanıtılması gerekmektedir. Bu nedenle ulusal mutfakların korunmasında ve tanıtılmasında, gastromilliyetçilik yaklaşımının önemli olduğu düşünülmektedir.

Ülkelerin birbirlerinin askeri ve ekonomik güçleri dışında, sosyal ve kültürel değerler ile etkileyebilmesi yumuşak güç olarak değerlendirilmektedir (Hussin, 2018: 1). Gastronomi kavramı da, toplumların yumuşak gücü olarak son yıllarda literatürde yerini almıştır. Gastronomi kavramının yumuşak güç olarak değerlendirilmesiyle beraber ulusal mutfaklar, diğer ülkeler ile ilişkilerde bir güç olarak kullanılabilir hale gelmiştir. Mutfakların yumuşak güç olarak değerlendirilmesinin temelinde, yemeğin insanların tüm duyularına hitap edebilmesi özelliği yatmaktadır (Aksoy & Çekiç, 2018: 718). Farklı toplumların kalplerini ve zihinleri kazanmasında, yumuşak güç olarak kullanılabilen mutfak kültürleri; uluslararası ilişkilerde de yönlendirici ve düzenleyici bir rol alabilmektedir (Rockower, 2014). Yemeğin uluslararası bir iletişim biçimi olarak kullanılması, son yıllarda ortaya çıkan bir olgu değildir. Yemeğin kültürler ve ülkeler arasında bir iletişim biçimi olarak kullanılması, Antik Yunan'a kadar uzanmaktadır (Türker, 2018:14). Yüzyıllardır ulusların mutfak kültürleri, ülkeler arasındaki ilişkilerde güç ve iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Bu kavram literatürde "Gastrodiplomasi" olarak adlandırılmaktadır. Gastrodiplomasi en kısa ifade ile, bir ülkenin sahip olduğu mutfak kültürünün kültürlerarası etkileşim aracı olarak kullanılması olarak tanımlanmaktadır (Sokol, 2013: 162; Rockower, 2012: 235). Gastrodiplomasi temelinde kültürel diplomasinin bir alt başlığıdır. Bu nedenle gastrodiplomasi kavramı, incelenmeden önce kültürel diplomasi kavramı açıklanmalıdır. Kültürel diplomasi; *"toplumlar arasındaki ilişkilerin kuvvetlendirilmesi, sosyal ve kültürel işbirliğinin sağlanması adına düşüncelerin, değerlerin, geleneklerin ve diğer kültürel kimlik öğelerinin karşılıklı değişimi"* olarak tanımlanmaktadır (Cultural Diplomacy Dictionary, 2013: 29). Ülkelerin birbirleriyle olan ilişkilerinde müzik, dans, edebiyat ve spor gibi kültürel unsurların yanı sıra mutfak kültürü de ilişkileri kuvvetlendirmek amacıyla diplomatik amaca hizmet edebilmektedir (Gecowetts, 2015).

Çalışma kapsamında gastrodiplomasi ile benzer amaçları olan; kuliner diplomasi ve yiyecek diplomasi kavramlarına yer verilmiştir. Ulusal mutfağın diğer kültürler arasında etkileşim ve iletişim aracı olarak kullanılmasında, her bir eylem farklı boyutlarda değerlendirilmektedir. Bu amaçla gastrodiplomasi faaliyetlerinin daha net anlaşılabilmesi için; kuliner diplomasi ve yiyecek diplomasi faaliyetleri de açıklanmalıdır. Kuliner diplomasi, resmi devlet kurumlarının veya hükümetlerin, ülkeye ait olan yiyecek ve içecekleri veya ulusal mutfak kültürünü, diplomatik amaçlara yönelik kullanılması olarak ifade edilebilmektedir (Türker, 2018: 16). Dünyada son yıllarda diplomasi çalışmalarının yeni alt başlıklarından biri olan kuliner diplomasi, ülkeler tarafından aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Kuliner diplomasiye; devlet başkanlarının, büyükelçilerin ve diğer mevkilerde bulunan kişilerin ziyaretleri sırasında verilen resmi yemekler örnek olarak gösterilebilmektedir. Kuliner diplomasiye somut bir örnek olarak; 2012 yılında dönemin Çin Devleti'nin Başkan Yardımcısının Amerika'nın başkenti Washington'ı ziyareti gösterilebilmektedir. Başkan Yardımcısı ziyareti sırasında, Amerika Birleşik Devletlerinin düzenlemiş olduğu resmi yemek etkinliklerine

katılmıştır. Bu resmi yemeklerin hepsi, Amerika’da yaşayan Çinli aşçılar tarafından Çin mutfak kültürüne uygun olarak hazırlanmıştır. Ev sahibi konumunda olan Amerika Birleşik Devletleri heyeti tarafından, misafir konumunda olan Çin Devleti heyetine mutfak aracılığı ile siyasi bir jest yapmıştır (Karaca, 2015). Yine ulusal mutfağa ait olan yiyecek ve içeceklerin, ülke dışında resmi kurumlar tarafından tanıtımının yapılması da kuliner diplomasi kapsamına girmektedir (Rockower, 2014:236; Türker, 2018: 16). Kuliner diplomaside temel amaç; ulusal mutfağın yumuşak güç olarak kullanılarak, ticari faaliyetlerin kapsamını arttırmak ve kültürel yakınlaşmayı teşvik etmektir (Chapple-Sokol, 2013:162). Gastrodiplomasi ve kuliner diplomasi kavramlarını birbirlerinden ayıran temel fark; gastrodiplomasi’nin kapsam olarak daha geniş kitleleri etki altına almaya çalışmasıdır. Bu nedenle gastrodiplomasi kavramı kuliner diplomasi’nin üst başlığı şeklinde yorumlanabilmektedir.

Bir diğer açıklanması gereken kavram ise yiyecek diplomasisidir. Yiyecek diplomasisi, zor durumda olan bir ülke veya bölgeye gönderilen yiyeceklerin yardım amaçlı olarak kullanılmasıdır. Bu bağlamda yardım gönderen ülkenin olumlu imajı daha fazla artış gösterebilmektedir (Rockower, 2014:237).

Gastrodiplomasi kavramı, ilk kez 2002 yılında “*The Economist*” dergisinde “*Küresel Tai*” başlıklı bir makalede kullanılmıştır. Makalede Tayland hükümetinin, küresel anlamda Tai mutfağının teşvik edilmesine yönelik bazı faaliyetlerine yer verilmiştir. Bu faaliyetler; Tai mutfağının yabancılar tarafından keşfedilmesine ve sevilmesine aracılık etme, Tai mutfağı aracılığı ile Tayland’a daha fazla turist çekebilme ve diğer ülkeler ile ilişkileri geliştirebilmektir (Economist, 2002). *The Economist*’te yayınlanan makaleden yola çıkarak, gastrodiplomasi kavramının temelinde; kültürel diplomasi, yumuşak güç ve ulus mutfağının markalaştırılması öğeleri yer almaktadır (Ichijo ve Ranta, 2016:150). Kültürel diplomasi’nin bir parçası olan ulusal mutfaklar aracılığı ile insanlar, devletler ve kültürler arasında bir köprü kurulması amaçlanmaktadır. Toplumlar arasında etkileşimin ve işbirliğinin geliştirilmesi umuduyla, kültürler arası bir anlayışın yaratılması gastrodiplomasi’nin felsefesini oluşturmaktadır (Sokol, 2013: 162; Zhang, 2015: 569). Gastromilliyetçilik kavramı, kimlik ile mutfak kavramlarını birleştirerek ulus mutfağının korunmasını, tanınmasını, sürdürülebilir hale getirilmesini ve toplum içerisinde birleştirici bir değer olarak görülmesini sağlamak amacıyla tasarlanmıştır. Gastrodiplomasi kavramı ise; gastromilliyetçilik kavramı ile güçlendirilen ulusal mutfağın diplomatik bir güç veya yumuşak güç olarak kullanılmasıdır. Gastrodiplomasi ve gastromilliyetçilik kavramlarının temelinde ulus mutfağının korunması, geliştirilmesi, gelecek nesillere aktarılması ve kültürel bir marka haline getirilerek çekicilik unsuru olarak kullanılması yatmaktadır. Bu nedenle bu iki kavram incelenirken, iki kavramın birlikte ele alınması gerekmektedir.

Ruddy (2014) Amerika’da yapmış olduğu araştırmada, farklı ülke mutfaklarına ait yiyecekleri katılımcılara sunmuştur. Araştırmanın amacı, katılımcıların farklı ülke mutfaklarına ait olan yiyecekleri tükettikten sonra, ülke imajları hakkındaki algılarının değişip değişmediğini ölçmektir. Araştırmanın bulguları arasında; katılımcıların % 55,71’i bir ülkenin ulusal yiyeceğini deneyimledikten sonra, o ülke veya ulusa ait görüşlerinin değiştiği bulgusu yer almaktadır. Bu ülkeler arasında Etiyopya, Türkiye, Tayland, Çin, Kore ve Lübnan yer almaktadır. Yine aynı araştırma kapsamında katılımcıların % 84’ü bir ülkenin ulusal mutfak kültürünü deneyimledikten sonra o ülkeye seyahat edebileceklerini belirtmişlerdir. Bu çalışmadan yola çıkarak; ulusal mutfakların insanların önyargılarını değiştirebildiği sonucuna varılabilmektedir.

Türk Mutfağının Tanıtımında Kullanılan Gastromilliyetçilik ve Gastrodiplomasi Örnekleri

Çalışmanın bu kısmında Türk mutfağının tanıtımında, gastromilliyetçilik ve gastrodiplomasi araç olarak kullanıldığı örnekler yer almaktadır.

Gastromilliyetçilik kavramı somut bir örnek ile desteklenecek olursa; İngiltere’nin başkenti Londra’da Hüseyin Özer’in şefliğini ve işletmeciliğini yaptığı “*Sofra Restoranlar Zinciri*” ve uygulamaları örnek olarak gösterilebilmektedir. Şef Özer, yapmış olduğu yemeklerde milli duygularını ön planda tutarak Türk Mutfağının korunmasında, tanıtılmasında ve sürdürülebilir kılınmasında aktif bir rol oynamaktadır. Şef Özer, Sofra Restoran isimli işletmelerinde; Türk yemeklerini özüne bağlı bir şekilde Türkçe isimleriyle sunarak, bir bakıma Türk mutfağının gönüllü elçiliğini yurtdışında gerçekleştirmektedir. Örneğin menüsünde; Tokat Yaprak Sarması, Mercimek Çorbası, Hünkâr Beğendi ve Keşkek gibi Türk mutfak kültürüne ait yemekler yer almaktadır (Bucak, 2014b: 169-170). Gastromilliyetçilik uygulamalarına bir diğer örnek olarak da, uluslararası yarışmalara katılan Türk şefler verilebilmektedir. Yarışmalara katılan şefler, milli duyguları ön planda tutarak Türk yemeklerinin başarılı olması için emek harcamaktadırlar. Bu gibi yarışmalarda genel amaç; bireysel başarıdan öte, Türk mutfağının tanıtılması ve Türk mutfağının diğer mutfakların önüne geçmesini sağlamaktır.

Gastrodiplomasi uygulamalarına ise; 2011 yılında “Keşkek”in yapılan diplomatik çalışmalar ile UNESCO tarafından somut olmayan kültürel miras listesine Türkiye’nin bir değeri olarak girmesi örnek teşkil etmektedir (Osipova, 2014). Bu süreçte “Keşkek”in kendilerine ait olduğunu iddia eden Ermenistan, yeterli kaynak gösteremediği için başvuruları kabul edilmemiştir (Hürriyet, 2011). Buna benzer durumlar daha önce Türkiye ile Yunanistan arasında baklava, lokum, dolma, kahve ve yoğurt arasında da yaşanmıştır. İki ülkenin hem coğrafi hem de tarihsel bakımdan birbirleriyle yakın olması, ortak değerlerin paylaşımında bu tarz sorunların çıkmasına neden olmaktadır. UNESCO somut olmayan kültürel miras

listesinde; Türk kahvesi, Mesir macunu, ince ekmek ve yapımı ve paylaşımı da yer almaktadır (UNESCO, 2019).

Turizm Bakanlığı'na bağlı olarak faaliyetlerini gerçekleştiren Tanıtma Genel Müdürlüğü, dünyanın çeşitli ülkelerinde Türk mutfağının tanıtımı amacıyla çeşitli etkinlikler düzenlemektedir. Bu etkinliklerden kuliner diplomasi kapsamına giren; Avustralya'da 2017 yılında "Taste of Turkey" isimli etkinlik düzenlenmiştir. Etkinlik boyunca Türk mutfağı ve kültürü hakkında bilgiler verilerek, katılımcılara Türk mutfağından örnekler sunulmuştur (Tanıtma Bülteni, 2017a: 21). 2017 yılında düzenlenen bir başka etkinlik ise, İspanya'da düzenlenen "Türk Mutfak Kültürü Haftası"dır. Etkinliğe katılan Türk şefler, hafta boyunca öğle ve akşam yemeklerini hazırlamışlardır. Bu yemekleri, Türk mutfağından beş ve yedi çeşitten oluşan tadım menüleri şeklinde sunmuşlardır. Hazırlanan tadım menüleri; gastronomi uzmanları, basın mensupları, sosyal medya fenomenleri ve kanaat önderlerine sunulmuştur. (Tanıtma Bülteni, 2017b: 16). Tanıtma Genel Müdürlüğü'nün diğer tanıtım çalışmaları incelendiğinde; Türk mutfağının etkin bir şekilde tanıtım aracı olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu gibi tanıtım etkinliklerinde, ülke imajının ulusal mutfak ile desteklenmesi turistik açıdan çekicilik yaratmaktadır. Bir ulusal mutfağın tanıtımı sadece etkinlikler yapılarak değil yazılı kaynaklar ile de desteklenmelidir. Bu kapsamda, Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Tokyo Kültür ve Tanıtma Müşavirliği ortaklaşa Japonya'da "Türk Mutfağı Ansiklopedisi" yayınlamışlardır. Japonca yayınlanan ansiklopedinin içerisinde; Türk mutfak kültürü hakkında bilgiler, kullanılan malzemeler, Türkiye'de sofrada ve Türk mutfağından tarifler yer almaktadır (Tanıtma Bülteni, 2017c: 14).

Çalışmanın bu kısmında yiyecek diplomasisine Türkiye'nin dahil olduğunu gösteren örnekler incelenmiştir. Yakın zamanda Türkiye tarafından gerçekleştirilen yiyecek diplomasi uygulamalarına örnek olarak, 2018 yılında Katar'a gönderilen yiyecek yardımlarıdır. Katar, komşu ülkeler tarafından ambargo altına alınmasıyla birlikte, yiyecek tedarik etme konusunda sıkıntılar yaşamıştır. Türkiye ticari ilişkiler bakımından yakın ilişkiler kurduğu Katar'a bu zor dönemde, hatırı sayılır miktarda yiyecek ve içecek göndermiştir. Ambargo nedeniyle boşalan market raflarında, Türk ürünleri yerlerini almıştır. Bu zor dönemde gönderilen bu gıdalar ile Katar ile Türkiye arasında ilişkiler daha da yakınlaşmıştır. Katar kamuoyunun önünde Türkiye'nin imajı daha olumlu hale gelmiştir (Haberler, 2017). Yiyecek diplomasisine bir diğer örnek ise Kızılay'ın faaliyetleridir. Kızılay, zor durumda olan ülke veya bölgelere hem insani yardım hem de gıda yardımı göndermektedir. Bu yardımlar ile Türkiye, zor zamanlar geçiren insanların her zaman yanında olduğunu göstermektedir.

SONUÇ

Oluşumu yıllar hatta yüzyıllar süren kültür olgusunun bir parçası olan mutfak kültürü, yıllardır sahip olduğu potansiyelin altında ilgi görmektedir. Gastronomiye olan ilginin artması ile mutfak kültürleri, son yıllarda hak ettiği değeri görmeye başlamıştır. Bu potansiyelden faydalanmak isteyen destinasyonlar ve ülkeler, tanıtımlarında sıklıkla kendi ulusal mutfaklarını bir çekicilik unsuru olarak kullanmaktadır.

Daha fazla turist çekebilmek için ülkeler, turizm pazarlaması kapsamında yeni çekici unsurlar yaratmalı ya da var olan kaynaklarını etkin bir şekilde kullanmalıdır. Mevcut olan kaynaklar bakımından, Türkiye son derece avantajlı olarak görülmektedir. Türkiye sadece, deniz, kum ve güneş turizmi için gerekli kaynaklara sahip değildir. Türkiye bu kaynaklardan daha fazlasına sahiptir. Türkiye köklü tarihi geçmişi ile dünya üzerinde sayılı ülkelerin arasında yer almaktadır. Bu köklü tarih beraberinde kültürel zenginlikler de getirmektedir. Yüzyıllar boyunca birçok farklı toplumun yurdu olan Anadolu, bir noktada kültürlerin kesişim noktasıdır. Bu kültürel zenginliğin başında da Türk mutfak kültürü gelmektedir. Türk mutfak kültürünün temelinde; tarihin farklı dönemlerinde Türk topraklarında yaşamış kültürlerin izi bulunmaktadır. Kültür olgusu, elle dokunulamayan gözle görülemeyen bir soyut kavramdır. Kültür ancak deneyim yoluyla hissedilebilen bir olgudur. Türk mutfak kültürü de, özünde geçmişten günümüze Türk kültürüne ait yoğun motifler taşımaktadır. Bu bağlamda da Türk kültürü içerisindeki farklılıkları deneyimlemek isteyen kişilerin ilgisini çekebilecek potansiyele sahiptir. Türk kültürü içerisinde yer alan hoşgörü, samimiyet, tarihsel zenginlik ve kültürel çeşitlilik Türk mutfak kültürü üzerinden okunabilmektedir. Dünya üzerinde bu gibi özelliklere sahip az sayıda ulusal mutfak kültürü bulunmaktadır. Bu nedenle, Türk mutfağının ilk olarak, diğer mutfak kültürlerinin etkisine girerek asimile olmadan korunması gerekmektedir. Bu noktada gastromilliyetçilik kavramının temelini oluşturan; ulusal mutfağın milliyetçi duygular ön planda tutularak korunması fikri üzerinde durulması gereken bir konudur. Gastromilliyetçilik, aslında ulusal mutfak kültürlerinin bir bilinç yaratılarak korunmasıdır. Bu bilince korumanın yanı sıra ulusal mutfak kültürlerinin tanıtımı ve sürdürülebilir hale getirilmesi de girmektedir. Gastromilliyetçilik kavramının amacına ulaşması için bir takım adımların atılması gerekmektedir. İlk adım olarak; Türk mutfak kültürünün, hak ettiği değer ve yerin kazandırılması gelmektedir. Bu amacın gerçekleşebilmesi için; Türk mutfağının, yasal düzenlemeler ile desteklenmesi ve korunması gerekmektedir. Türk mutfağı gibi köklü bir tarih ve kültürel birikime sahip olan, Fransa ve İtalya mutfakları yıllar öncesinden kanun ve yasalar ile koruma altına alınmıştır. Türk mutfağının dünyanın en iyi mutfakları arasında kalıcı olabilmesi, devlet aracılığıyla korunmasıyla mümkündür. Bir diğer adım ise, mutfak kültürünün diğer toplumlara tanıtılabilmesi için Türk mutfak kültürünün toplum içerisinde yaşayan halk tarafından da iyi bilinmesi gerekmektedir. Bu amaçla, Türk mutfak kültürü ile ilgili

eğitimlerin; ilköğretim, ortaöğretim ve liselerin müfredatlarında yer alması önerilmektedir. Okullar dışında da, toplum içerisinde Türk mutfak kültürü ile ilgili eğitimler, etkinlikler ve televizyon programları gibi faaliyetlerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Doğal bir çekicilik unsuru olan Türk mutfak kültürü, turizme büyük bir katkı sağlama potansiyeline sahiptir. Türk mutfağının turizme katkısından kasıt, Türk turizmine ekonomik katkılar sağlayabilmesidir. Özellikle ulusal mutfak kültürlerinin, gastronomi turizmi kapsamında ön plana çıkmasıyla birlikte turizm pazarlamasında etkin bir rol oynayabilmektedir. Türk mutfak kültürünün turizme katkı sağlayabilmesi, yapılan tanıtım faaliyetleri ile doğru orantılıdır. Türk mutfak kültürü, yıllar boyunca turizm pazarlamasında bir araç olarak kullanılmıştır. Ancak Türk mutfak kültürü, sadece bir pazarlama aracından daha fazla potansiyele sahiptir. Bu nedenle Türkiye'nin gelecek hedefleri arasına; Türk mutfak kültürünün daha etkin tanıtımı amacı da eklenmelidir. Bu amaca yönelik olarak, gastrodiplomasi faaliyetleri üzerine çalışmalar düzenlenmelidir. Türk mutfak kültürünün tanıtımında mevcut gastrodiplomasi faaliyetleri analiz edilerek, dünya üzerindeki örnekler ile kıyaslanmalıdır. Özellikle Türk mutfak kültürünün yurtdışında tanıtımında etkin rol oynayan ve bir bakıma fahri elçilik görevi gören Türk restoranlarının azlığı dikkat çekmektedir. Gastrodiplomasiyi etkin şekilde kullanan Asya ülkelerinin, dünyanın çeşitli yerlerinde çok fazla sayıda yeni restoranlar açtıkları görülmektedir. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı ile ilgili bakanlıklar, özellikle hedef pazar olarak belirlenen ülke ve bölgelerde, Türk mutfak kültürünü tanıtacak restoranların açılmasına destek olmalıdırlar. Yurtdışında bulunan Türk elçilik veya temsil noktalarında, Türk mutfak kültürünü tanıtıcı etkinliklerin sayısının ve kapsamının artırılması gerekmektedir. Bir diğer faaliyet ise, sosyal medyanın etkin olarak kullanılması üzerine gerçekleştirilmelidir. Son yıllarda sosyal medya, turistlerin destinasyon tercihlerinde etkisini arttırmaktadır. Sosyal medya fenomenleri olarak adlandırılan kişilerin, yapmış olduğu paylaşımlar insanlar tarafından ilgi görmekte ve motivasyon oluşturmaktadır. Bu nedenle, gastrodiplomasi uygulamalarından biri olan kuliner diplomasi kapsamında; Türk mutfağının tanıtımı adına sosyal medya fenomenleri hedef kitle olarak seçilmelidir. Bu kitleye gerçek bir Türk mutfak kültürü deneyimi yaşatılarak, Türk mutfak kültürü ile ilgili paylaşımlar yapmaları sağlanmalıdır. Bu gibi Türk mutfak kültürünü tanıtım faaliyetlerinin, sadece birkaç kamu kurumunun veya özel kuruluşların tanıtım çalışmalarının ötesinde, devlet politikaları ile bütüncül bir şekilde ele alınması gerekmektedir. Bu sayede Türkiye amaçladığı turist sayısına ve turizm gelirlerine ulaşabilir.

Bu çalışmanın gastronomi literatürüne, gastromilliyetçilik ve gastrodiplomasi konularında katkı sağlaması beklenilmekte olup, yapılacak sonraki çalışmaların ise alan araştırmaları şeklinde gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Aksakal, E. (2015). Modernist milliyetçi kuramlar ışığında Türk milliyetçiliğine bakış. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 54, 203-222.

Aksoy, M. & Çekiç, İ. (2018). Gastronominin yumuşak güç olarak kullanımı üzerine bir inceleme. *19. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 715-729.

Aymankuy, Y. & Sarıoğlan, M. (2007). Yiyecek-içecek felsefesi ve beslenme alışkanlığının geliştirilmesine yönelik bir model önerisi. *1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu (4-5 Mayıs 2007) Bildirileri içinde* (8-17). Antalya.

Barkören, S. (2005). Görsel hazların ortaklığı: Yemek ve sinema. *Yemek ve Kültür Dergisi*, 2, İstanbul: Çiya Yayınları.

Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor Dergisi*, 22 (87), 159-169.

Bucak, T. (2014b). Turkish restaurant business in abroad: United Kingdom Sofra Restaurants Chain sample. *International Journal of Humanities and Social Science*, 4 (9), 168-175.

Bucak, T. & Ateş, U. (2014a). Gastronomi turizminin il turizmine etkisi: Çanakkale örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 28, 315-328.

Caldwell, M. (2002). The taste of nationalism: Food politics in postsocialist Moscow. *Ethnos: Journal of Anthropology*, 67 (3), 295-319.

Chapple-Sokol, S. (2013). Culinary diplomacy: Breaking bread to win hearts and minds. *The Hague Journal of Diplomacy*, 8, 161-183.

Cultural Diplomacy Dictionary. (2013). http://www.culturaldiplomacy.org/culturaldiplomacynews/content/pdf/Cultural_Diplomacy_Dictionary.pdf. (Erişim Tarihi: 09.07.2019).

Cusack, I. (2000). African cuisines: Recipes for nation building?. *Journal of African Cultural Studies*, 13 (2), 207-225.

Cusack, I. (2004). Equatorial Guinea's national cuisine is simple and tasty: Cuisine and the making of national culture. *Arizona Journal of Hispanic Cultural Studies*, 8, 131-148.

Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1 (2), 39-51.

DeSoucey, M. (2010). Gastronationalism: Food traditions and authenticity politics in the european union. *American Sociological Review*, 75 (3), 432-455.

Ferguson, P. P. (2010). Culinary nationalism. *Gastronomica*, 10 (1), 102-109.

Fırat, M. (2014). Yemeğin ideolojisi ya da ideolojinin yemeği: Kimlik bağlamında yemek kültürü. *Folklor/Edebiyat*, 20 (80), 129-140.

Gecowets, V. (2015). Culinary diplomacy vs gastrodiplomacy. <http://www.conflictcuisine.com/culinary-diplomacy-vs-gastrodiplomacy/>. (Erişim Tarihi: 09.07.2019).

Gürbüz, S., Özaltaş Serçek, G. & Toprak, L. (2017). Mardin'in UNESCO yaratıcı şehirler ağında "Gastronomi Kenti" olabilirliğine ilişkin paydaş görüşleri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1), 124-136.

Gürsoy, D. (2005). Yemek üzerine denemeler. K. Toygar & N. B. Toygar (Der.) *Türk mutfak kültürü üzerine araştırmalar* içinde. Ankara: THKATV Yayınları.

Haberler. (2017). *Türkiye'den Katar'a 5 günde bin ton gıda malzemesi gönderildi.* <https://www.haberler.com/turkiye-den-katar-a-5-gunde-bin-ton-gida-9716792-haberi/>. (Erişim Tarihi: 09.07.2019).

Hjalager, A. M. (2004). What do tourists eat and why? Towards a sociology of gastronomy and tourism. *Tourism*, Vol: 52 (2), 195-201.

Hussin, H. (2018). Gastronomy, tourism and the soft power of Malaysia. *Sage Open*, 8 (4), 1-11.

Hürriyet. (2011). UNESCO'nun keşkek kararı Ermenistan'ı kızdırdı. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/unesco-nun-keskek-karari-ermenistan-i-kizdirdi-19383287>. (Erişim Tarihi: 09.07.2019).

Ichijo, A. & Ranta, R. (2016). *Yemek ve ulusal kimlik*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Karaca, K. (2015). *Dönem 'gastro-diplomasi' dönemi.* <https://www.dw.com/tr/d%C3%B6nem-gastro-diplomasi-d%C3%B6nemi/a-18232503>. (Erişim Tarihi: 09.07.2019).

Fonseca, M. (2008). Understanding consumer culture: The role of "food" as an important cultural category. *Latin American Advances in Consumer Research*, 2, 28-33.

Mincyte, D. (2011). Unusual ingredients: Gastronationalism, globalization, technology and zepplins in the Lithuanian imagination. *Anthropology of East Europe Review*, 29 (2), 1- 21.

Mintz, S. W. & Du Bois, C. M. (2002). The anthropology of food and eating. *Annual Review of Anthropology*, 31, 99-119.

Osipova, Y. (2014). *From gastronationalism to gastrodiplomacy: Reversing the securitization of the dolma in the South Caucasus*. <https://www.bidd.org.rs/from-gastronationalism-to-gastrodiplomacy-reversing-the-securitization-of-the-dolma-in-the-south-caucasus/>. (Erişim Tarihi: 22.05.2019).

Rockower, P. S. (2012). Recipes for gastrodiplomacy. *Place Branding and Diplomacy*, 8, 235-246.

Rockower, P. S. (2014). *The state of gastrodiplomacy*. <https://www.bidd.org.rs/the-state-of-gastrodiplomacy/>. (Erişim Tarihi: 22.05.2019).

Ruddy, B. (2014). *Hearts, minds and stomachs: Gastrodiplomacy and the potential of national cuisine in changing public perception of national image*. <https://www.bidd.org.rs/hearts-minds-and-stomachs-gastrodiplomacy-and-the-potential-of-national-cuisine-in-changing-public-perception-of-national-image/>. (Erişim Tarihi: 09.07.2019).

Stajcic, N. (2013). Understanding culture: Food as means of communication. *Hemispheres Studies on Cultures and Societies*, 28, 5-14.

Şahin, A. (2017). Gastromilliyetçilik kavramının incelenmesi: Coğrafi işaret ve markalaşma faktörleri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (48), 459-464.

Şimşek, U. & Ilgaz, S. (2007). Küreselleşme ve ulusal kimlik. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1, 190-194.

Tanıtma Bülteni. (2017a). *Tanıtma Genel Müdürlüğü Tanıtma Bülteni*. Sayı: 14. <http://212.175.140.87/bulten/sayi14/index.html>. (Erişim Tarihi: 09.07.2019).

Tanıtma Bülteni. (2017b). *Tanıtma Genel Müdürlüğü Tanıtma Bülteni*. Sayı: 11. <http://212.175.140.87/bulten/sayi11/mobile/index.html>. (Erişim Tarihi: 09.07.2019).

Tanıtma Bülteni. (2017c). *Tanıtma Genel Müdürlüğü Tanıtma Bülteni*. Sayı: 12. <http://212.175.140.87/bulten/sayi12/index.html#p=14>. (Erişim Tarihi: 09.07.2019).

The Economist (2002). *Food as an ambassador: Thailand's gastro-diplomacy*. <https://www.economist.com/asia/2002/02/21/thailands-gastro-diplomacy>. (Erişim Tarihi: 24.05.2019).

Türker, N. (2018). Gastrodiplomasi Türk mutfağının tanıtımında bir araç olabilir mi?. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 14-29.

UNESCO. (2019). Somut olmayan kültürel miras listelerinde Türkiye. <http://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-İnsanlığın-Somut-Olmayan-Kültürel-Mirası-Temsili-Listesi>. (Erişim Tarihi: 09.07.2019).

Yiğit, S. & Doğdubay, M. (2017). Gastronomi eğitimi alan öğrencilerde yiyecekte yenilik korkusu (food neophobia): Balıkesir Üniversitesi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (2), 162-168.

Yuan, S. (2015). Reflections on local specialties and gastronomic tourism. *Chinese Studies*, 4, 15-19.

Yurdigül, A. (2010). *Kültür endüstrisi bağlamında yemek kültürü eleştirisi*. (Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Zhang, J. (2015). The foods of the worlds: Mapping and comparing contemporary gastrodiplomacy campaigns. *International Journal of Communication*, 9, 568-591.

Yayın Geliş Tarihi: 17.01.2019

Yayına Kabul Tarihi: 26.03.2019

Online Yayın Tarihi: 19.12.2019

http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.514255

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1321-1353

ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

KUZЕЙ AFRİKA'DA BİR BAĞIMSIZLIK MÜCADELESİ ANALİZİ: POLİSARIO CEPHESİ VE SAHRA ARAP DEMOKRATİK CUMHURİYETİ (SADC)

Cantürk CANER *

Betül ŞENGÜL**

Öz

Bugün Afrika Kıtasının son sömürge coğrafyası olarak bilinen Batı Sahra sorunu yüzyılı aşkın bir süredir dünya kamuoyundaki yerini sessizce korumaktadır. Yaklaşık iki yüzyıl boyunca İspanyollar, ardından da Fas hükümeti tarafından ilhak edilmek istenen bölge, halen dünyanın çözülememiş jeopolitik sorunlarından birisidir. Batı Sahra'nın bağımsızlığı Polisario Cephesi liderliğinde yetmişli yıllardan bu yana örgütlü olarak yürütülmektedir. BM tarafından kendisini idare edemeyen topraklar olarak tanımlanmasına karşın; de facto biçimde onlarca devlet tarafından tanınan ve Afrika Birliği'nin tam üyesi olan Sahra Arap Demokratik Cumhuriyeti (SADC), Polisario Cephesinin başarısını gösteren en somut aşamadır. Polisario Cephesi'nin yürüttüğü bağımsızlık mücadelesi esasen 20. yüzyılda örneğine az rastlanan bir mücadele biçimidir. Ülkemiz gündeminde tam olarak bilinmemekle birlikte Batı Sahra'da yaşanan gelişmeler, uluslararası ilişkiler yazını bakımından göz ardı edilmemesi gereken bir konudur. İşte bu çalışma Batı Sahra'da yaşanan bağımsızlık sorununu tarihsel açıdan ele almakta ve Polisario Cephesi'nin ulus devlet kurma yolundaki çabalarını siyasal, yapısal ve hukuksal çerçevelerde, tarihi boyutlarıyla ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Batı Sahra, Bağımsızlık Mücadelesi, Polisario Cephesi, Sahra Arap Demokratik Cumhuriyeti, Anayasa.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Caner, C. & Şengül, B. (2019). Kuzey Afrika'da bir bağımsızlık mücadelesi analizi: Polisario Cephesi ve Sahra Arap Demokratik Cumhuriyeti (SADC). *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1321-1353.

* Dr. Öğr. Üyesi, Dumlupınar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, ORCID: 0000-0002-4991-102X, canturkcaner@gmail.com

** Uzman, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, ORCID: 0000-0001-6188-1217, betullsengull@gmail.com

ANALYSIS OF AN INDEPENDENCE STRUGGLE IN NORTH AFRICA: POLISARIO FRONT AND SAHRAWI ARAB DEMOCRATIC REPUBLIC (SADR)

Abstract

The problems of the Western Sahara known as the latest colony of African continent still keeps its significance in world public opinion silently. The region which was annexed by the Spanish and Morocco during the approximately two centuries is still one of the unsolved geopolitical questions of the world. The independence of the Western Sahara has been initiated under the leadership of the Front Polisario as an organized manner since the 70s. Despite the fact that Sahrawi Arab Democratic Republic defined as non-self-governing territory by the United Nations (UN), it was recognized by many states and became the full member of the African Union as a concrete success of the Front Polisario. As a matter of fact, the struggle of the Front Polisario for the sake of the independence is a kind of unique way in 20th century. The developments in Western Sahara cannot be ignorable matter for the literature of the international relations. In this context, this study elaborates the matter of independence in the Western Sahara historically and aims to explain the nation-building strategies of the Front Polisario with its historical, political, structural and legal dimensions.

Keywords: *Western Sahara, Independence, Polisario Front, Sahrawi Arab Democratic Republic, Constitutions*

GİRİŞ

Afrika Kıtası'nın kuzey batısında, Atlas Okyanusu ile Sahra Çölü arasında yer alan Batı Sahra, 266.000 km²'lik bir alanla dünyanın bilinen en eski coğrafyalarından birisidir. Bölgenin toplamda sahip olduğu 2049 km sınırın 41 km'si Cezayir, 1564 km'si Moritanya ve 444 km'si Fas ile çevrilidir. Ayrıca Atlas Okyanusu ile 1110 km'lik sahil şeridi bulunmaktadır (CIA). Kıyı kesiminden iç kesimlerine kadar ortalama 400 metreye kadar yükselen bölge, Büyük Sahra Çöl ikliminin etkisi altındadır.

1963 yılında BM tarafından “kendisini idare edemeyen topraklar (non-self governing territories)” olarak kabul edilen Batı Sahra, aynı zamanda Kıta'da halen mevcut tek sömürge yönetimi olarak tanımlanmaktadır (UN, Non-Self-Governing Territories, 2017). Ancak bu tanımlama bölgenin alışlageldiği gibi Avrupalı bir devletin değil, komşusu Fas'ın sömürgesi olarak kabul edilmesinden kaynaklanmaktadır (UN, General Assembly 44th Plenary Meeting, 1990). Buna mukabil Fas hükümeti bu tanıma ret etmekte, Batı Sahra'yı kendi tarihi ve siyasi sınırlarının doğal bir parçası olarak görmektedir.

Demografik olarak Batı Sahra'nın nüfusu, 2017 yılı için 603.253 olarak tahmin edilmektedir (CIA). Buna mukabil nüfus kesin olarak da belirlenebilmiş değildir. Bunun nedeniyse, yıllardır süren bağımsızlık mücadelesinin sebep olduğu sonuçlar ve halkın neredeyse tamamının kırsal bölgelerde dağınık halde

yaşamadır. Ülkenin en kalabalık kenti ise aynı zamanda başkent olarak tanımlanan ve 266.000 nüfuslu Laayoune'dur.

Etnik açıdan Batı Sahra'da yaşayanlar *Sahrâvî*¹ olarak adlandırılırlar. Sahrâvî kimliğini oluşturan gruplar ise Senhâce aşiret ittifakı adı verilen Lemtûne, Godola ve Massufa adlı Berberi kabileleridir. Çağdaş kaynaklara göre bölgenin yerel halkı olan bu yerleşimciler antropolojik açıdan Afrikalı olmayıp, Ibero-Moritanya ırk grubuna dâhil edilmektedir (Besenyö, 2009:37). Etnik farklılığından başka, tarihsel geçmişi, din ve kültürel yapısı gibi pek çok parametre açısından da Batı Sahra'nın tarihin en eski dönemlerinden beri bilindiği ve Kuzey Afrika, Akdeniz ve Ortadoğu medeniyet havzalarına ait olduğu kabul edilir.

Sosyo-kültürel açıdan günümüz Sahrâvî toplumu kendisini Müslüman ve Arap kimliğiyle tanımlamaktadır. İslamiyet'in VII. yüzyıldan itibaren kalıcı ve temel bir din oluşu bölgenin dil ve kültürel yapısını da derinden etkilemiştir. Etnik ve kültürel farklılıklar bu özelliklerini korumakla beraber esasta Ortadoğu ve Arap coğrafyasının etkileri yoğun olarak hissedilmektedir. Nitekim bölgenin tek baskın dili olan Arapça; standart, Hassaniyye ve Fas lehçeleriyle birlikte kullanılmaktadır (Dunmire, 2009:8).

Kadim tarihi ve beşeri zenginliklerine karşın Batı Sahra, dünyanın siyasi anlamda çözüme en uzak bölgelerinden birisi olarak kabul edilmektedir. Gerek Batılı sömürgecilerin, gerekse de komşu ülkelerinin bölge üzerindeki egemenlik iddiaları yüzlerce yıldır devam eden Batı Sahra sorununun temelini oluşturmaktadır. Zira Batı Sahra günümüz İslam dünyasının en batısında yer alan ve aynı zamanda en stratejik noktalarından birisidir. Günümüzde artık bir Batı işgalinden söz etmek mümkün değilse de sömürgeci zihniyetin bölgeye yerleştirmiş olduğu etnik ayrılıkçılık ve siyasi çözümsüzlük varlığını halen hissettirmektedir. Nitekim günümüzde Fas ve Cezayir'in nüfuz mücadelesi arasına sıkışan Batı Sahra toprakları, halen nihai ve kalıcı bir barışın özlemini yaşamaktadır. Son elli yıldır özellikle Batı Sahra coğrafyasında görülen sorunların temelinde Sahrâvî toplumunun bağımsız ve egemen bir devlet olarak dünya uluslar ailesinde yerini alma isteği yatmaktadır. Her ne kadar Fas bölgeyi kendi tarihi ve jeopolitiğinin bir parçası olduğunu iddia etse de, Polisario Cephesi önderliğinde sürdürülen ve oldukça da kanlı geçen bağımsızlık mücadelesi, türlü zorluğa rağmen gözle görülür bir noktaya ulaşmıştır. Cephenin başlattığı siyasi bağımsızlık hareketi BM tarafından resmen olmasa bile, uygulamada pek çok ülke tarafından tanınan ve adına da Sahra Arap Demokratik Cumhuriyeti (SADC) denilen örgütlü bir siyasi otoriteye dönüşmeyi başarmıştır. Anayasal bir düzene, kurumsallaşmış erkler ayrılığına dayalı modern bir devlet görüntüsü veren SADC, bu özelliğiyle 20. yüzyılda yürütülen bağımsızlık hareketleri içinde özgün bir örnek olduğunu da ispatlamaktadır. İşte bu çalışma Batı Sahra'da yürütülen bağımsızlık hareketlerini tarihsel süreci içinde ele almayı ve günümüzde ulaştığı noktayı ve aktörlerini çeşitli

¹ Türkçe adıyla Sahralı.

açılardan ortaya koymak amacını taşımaktadır. Çalışma içinde Batı Sahra sorununun ortaya çıkışı ve tarihsel geçmişi, Polisario Cephesi'nin kuruluşu ve ideolojisi ile bir ulus devlet olarak SADC'nin anayasal sistemi ayrı başlıklar altında ele alınmıştır.

BATI SAHRA SORUNUN ORTAYA ÇIKIŞI VE GELİŞİMİ

Jeopolitik açıdan Batı Sahra ile Fas birbirini tamamlayan bir bütündür. Bu bakımdan Fas ve Batı Sahra'nın kaderi neredeyse birleşmiştir. İlk yerleşimlerin M.Ö. 5000'e kadar indiği bölge Afrikalı ve Sahrâvî toplulukları tarafından kurulmuştur. Bölgenin M.Ö. 3000'lerden itibaren çölleşmeye başlamasıyla nüfusu azalmış ve homojen bir etnisiteye bürünmüştür. Bölgede ilk uygarlık izlerine ise Fenikeliler ile birlikte rastlanır. Fenikelilerden sonra sırasıyla Kartacalılar ve Romalılar bölgede hüküm sürmüşlerdir. M.S. III.yüzyıla ait Roma kaynaklarında bölgede yaşayan yerli halklar Gaetolian Autololes ya da Gaetolian Daradae olarak tanımlanmaktadır (Besenyö, 2009:38). Daha sonra Bizans egemenliğine geçen Batı Sahra VIII. yüzyıldan itibaren Müslümanlaşmıştır.

Batı'nın bölgeye olan ilgisi 15. yüzyılın başlarına rastlar. Kanarya Adaları'nda ilk ticaret limanlarını kuran Avrupalı tüccarlar, zamanla Batı Sahra kıyılarına doğru seferlere çıktılar (Besenyö, 2010a:195). Bölgede kurulan ilk Avrupa kolonisi 1415 yılında Ceuta kentine inen Portekizlilere aittir. Gil Eanes ve Alfonso Goncalves Baldaya liderliğindeki Portekizli yerleşimciler 1433-1434 arasında bugünkü sahil bölgesi Cap Bojador'a ulaştılar. Bölgede hızla yayılan Portekizliler, 1445 yılına kadar kalıcı hale gelmişlerdi (Besenyö, 2010a:195-196). Batı Sahra'nın İspanyol egemenliğine geçmesiyle 1480 Toledo Konvansiyonu'yla mümkün olmuştur. Konvansiyon gereğince Papa VI. Sixtus tarafından Cap Bojador başta olmak üzere Kanarya Adalarından Agadir'e kadar bütün bölgenin kullanım hakkı Kutsal Roma-Germen İmparatoru olarak ilan edilen İspanyollara verilmiştir (Besenyö, 2009:46). Ne var ki bu paylaşım diğer Batılı yerleşimcilerin hızını kesmemiştir. Güçlü bir rekabet içine giren Batılı denizciler bölgeyi nüfuz ve egemenlik çatışması alanına dönüştürmekten çekinmediler. XVI. yüzyıl başlarken Batı Sahra, Avrupa'nın sömürgecilik tarihinde, ilk çatışma alanlarından birisi haline dönüşmüştür. Nitekim daha sonraki iki yüz yıl boyunca Portekizliler Batı Sahra kıyılarından Afrika içlerine kadar yayılarak binlerce Berberi ve Afrikalıyı köle ticareti için ülkelerine taşımaya başladılar. Köle ticaretinin başlamasıyla Batı Sahra kıyıları ve yakın çevresindeki adalara 1666'da İngilizler, 1667'de Fransızlar ve nihayetinde 1685-1721 arasında Hollandalı sömürgeciler yerleştiler (Besenyö, 2010a:196).

Batılıların aralarında giriştiği rekabetin galibi son noktada İspanyollar olmuştur. İngiliz ve Hollandalı sömürgecilerin XVII. yüzyıldan itibaren ilgilerini Sahra Altı Afrikası'na yöneltmesiyle, bölge kısa zamanda İspanyolların eline geçmiştir. Bu yüzyılda Fas ise Fransızlar tarafından sömürgeleştirilecektir. Batı Sahra'daki İspanyol sömürgeciliği uzunca bir uğraştan sonra 1884 Berlin

Konferansı'nda kalıcı hale gelmiş ve Batı içinde hukuki bir statüye kavuşmuştur (Duman, 2012:1183). Konferans öncesinde Cape Bojador (Bojador Burnu) ile Cap Blanc (Ras Nouadhibou) bölgelerini kendi toprakları ilan eden ve doğrudan asker çıkararak İspanyollar böylece konferansa davet edilmeyi başardılar. Bu konferansın ardından aynı yılın 28 Kasım tarihinde Emilio Bonelli Hernando'nun başkanlığındaki temsilciler ile Rio de Oro Koyu'ndaki Oulad Bou Sbaa kabilesi arasında bir anlaşma yapıldı (Heya, 2013:16). Bu anlaşmaya göre kıyı hatlarından başlayarak 1887'ye kadar bütün Batı Sahra, *İspanyol Afrikacı ve Koloniciler Topluluğu (La Sociedad Espanola de Africanistas y Colonistas)*'na katılacaktı. Bu gelişmenin ardından Batı Sahra coğrafyası kuzey ve güney yönünde hızla sömürgeleştirilmeye başlandı. Önce 1887'de Adrar Emirliğiyle Idjil Antlaşması, ardından 1900'de İspanya ve Fransa arasında İspanyol Sahra Bölgesi ile daha güneydeki Fransız kontrol alanlarının belirlendiği Paris Antlaşması imzalandı. Fransızlarla yapılan anlaşmaya göre Batı Sahra'nın güney sınırları kesinleştirilmiş ve Moritanya olarak adlandırılan coğrafya ise Fransa'ya bırakılmıştır. Ayrıca Ekvator Ginesi'ndeki Rio Muni Bölgesinde de İspanyollara çeşitli imtiyazlar tanınmıştır (Lipski, 2001). Bölgenin kuzey sınırlarıysa 3 Ekim 1904 tarihinde Fransız-İspanyol konvansiyonu ile belirlenmiştir. Buna göre Ifni ve Tarfaya şeridi olarak bilinen alan İspanyol kontrolüne bırakılırken Fransa'ya yalnızca bugünkü Fas kentinin civarlarındaki Akdeniz kıyı şeritleri veriliyordu (The American Journal of Law, 1912:116-120).

Fransız ve İspanyol yayılcılığı 1912 yılında imzalanan *Fez Antlaşması*'yla genişlemiştir. Fransızlar, "*himaye (Protectorate)*" adı altında Fas'ta Filali sülalesinden Ebu'l Mehasin Yusuf'u tahta geçirip başına bir genel vali atayarak bölgede kukla bir hükümet kurdular (Miller, 2013:89). Albay Bens ise İspanyollar adına 1916'da Juby Burnunu, 1920'de Güera'yı işgal etmiştir (Besenyö, 2009:49). İşgallerin ardından Fas ve Sahra'da Abd el-Kerim Hattabi önderliğinde Rif ve Cibela aşiretleri isyan ettiler. Rif Cumhuriyeti'yle sonuçlanacak olan Ajdir İsyanı, İspanyol ve Fransız kuvvetleriyle 1921-1926 arasında bir dizi çatışmaya neden oldu. Adına *Rif Savaşları* denilen bu çatışmalar özellikle İspanyol sömürgecilerinin ağır mağlubiyetiyle sonuçlanmıştır (Pennell, 1979:635). Hatta İspanyollar çatışmaları kazanmak için bölgede çok miktarda kimyasal silah bile kullandılar (La Porte, 2016:124). Kimyasal silahların etkisi bugün bile bölgede varlığını göstermektedir. Elde edilen zafere rağmen Hattabi güçleri başarısız oldular. Ancak Rif Savaşları Kıtadaki diğer bağımsızlık hareketlerine esin kaynağı olması ve İspanya'da Primo de Rivera liderliğinde askeri bir diktatörlüğün kurulmasına vesile olan önemli bir süreç olarak değerlendirilmektedir. İspanyollar 1934'te Batı Sahra'nın önemli yerleşim alanlarından birisi olan Smara'yı almayı başardılar. İkinci Dünya Savaşı boyunca da İspanyollar bölgede ilerlemelerini sürdürdüler. Nihayet 1947'de Fas dışında kalan bütün Batı Sahra ve Fas'taki bazı kıyı toprakları İspanyol kontrolüne girmiş oluyordu (Besenyö, 2009:60-61).

Savaş sonrasında Batı Sahra ve Fas topraklarında bağımsızlık istekleri yeniden canlanmıştır. Bu kez muhalif hareketlerin önderi Fas'ta kurulan İstiklal Partisi'ydi. Ancak İspanya ve Fransa'nın bu ilk adıma tepkisi hayli sert olmuştur. Fransızlar 1944'de partinin ileri gelenlerini tutuklayarak, acımasız bir bastırma hareketine giriştiler. İspanyollar ise 1946'da Batı Sahra ile Fas'taki toprakları birbirinden keskince ayırarak bölgede iki farklı sömürge yönetimi kurdular. İspanyolların böyle bir uygulamaya gitmesindeki en önemli sebep ise kuşkusuz 1947'de Batı Sahra'da keşfedilen zengin fosfat yataklarıydı (Olsson, 2006:5).

Fransız ve İspanyolların bastırma harekâtları Fas ve Batı Sahra özgürlük hareketini birleştirmiştir. Nitekim Fransızlar, Fas Kralı V. Muhammed'i 1953'te Madagaskar'a sürdüler. Ancak bu sürgün 1956'da Fas Özgürlük Ordusu'nun kurulmasını önleyememiştir (SSI, 2013:8). Fas Kralı tarafından kurulan bu ordu, aynı yıl içinde Fransız kuvvetleriyle çarpışmaya başladı. Kral V. Muhammed'in kurduğu ordu, "Büyük Fas" sloganıyla Batı Sahra'dan Moritanya'ya kadar bütün Kuzeybatı Afrika'da hak iddia ediyor ve bütün bir coğrafyanın aynı anda kurtarılacağını vaat ediyordu (SSI, 2013:7). Nitekim 1957'de Ifni Savaşı devam ederken Fas Kralı BM'ye Moritanya ve Batı Sahra üzerindeki egemenliğini kabul etmesi, işgallerin sona ermesi için resmen başvurdu. Ne var ki bu başvurunun cevabı ancak Ifni Savaşı'nın bitmesinin ardından gelmiştir. 2 Nisan 1958'de Fas Kralı ile İspanyol-Fransız ittifakı arasındaki çatışmaları sonlandıran *Angra de Cintra Anlaşması* imzalandı (SSI, 2013:7). Anlaşmaya göre İspanyol kuvvetleri Tarfaya Bölgesine çekilirken Fas coğrafyasında İspanyollara ait topraklar kesinleşmiş oluyordu. Buna mukabil bu antlaşmayla Fas Krallığı da egemenliğini İspanyollara kabul ettirmiştir. Aynı yıl İspanyollar Fas'ta bulunan topraklarıyla Batı Sahra'yı birbirinden ayırarak mevcut topraklarını Deniz Aşırı Vilayet olarak ilan edip Anayasal statülerine soktular. BM'ye de alınan kararı uygulamayacaklarını bildirdiler (Seligmann, 1982:2-3). Bu kararlar birlikte Batı Sahra sorunu ilk kez uluslararası bir sorun haline dönüşmüş oluyordu.

16 Kasım 1965'te BM, 2072 sayılı kararıyla İspanyol hükümetine Ifni ve İspanyol Sahrası için 14 Kasım 1960'ta kabul ettiği 1514 sayılı "*Sömürge Ülkeleri ve Halklarına Bağımsızlık Verilmesi Bildirgesi (Declaration on Granting of Independence to Colonial Countries and Peoples)*"ne uyma çağrısında bulundu (Seligmann, 1982:3). Kararda İspanyol hükümetinden bölgede self determinasyon hakkının acilen uygulanması ve bunun da BM eliyle yapılması istenmekteydi (UN General Assembly, 1965). Çağrıdan bir yıl sonra yine BM Genel Kurulu 2229 sayılı bir başka kararla İspanya'nın Kuzey Afrika topraklarında self-determinasyon oylamasında ısrarcı olduğunu ifade etti (Zunes & Mundy, 2010:170). BM'nin bu çağrıları Batı Sahra'daki milliyetçi hareketleri yüreklendirmişti. Bölgenin bağımsızlığı için 1967'de Muhammed Bassiri'nin liderliğinde Tahrir Hareketi kuruldu (Besenyö, 2009:64-65). Gerilimin artmasından endişelenen Franco, Tahrir Hareketini tanımak ve *Batı Sahra Genel Meclisi (Jama'a ya da Yema'a)*'ni kurmak zorunda kalmıştır. Ancak İspanyolların bu çabası da başarısız olmuş, Halk Meclisi beklenen ilgiyi görmemiştir. Artan kamuoyu baskısını hafifletmek ve dikkati

dağıtmak amacıyla Franco, 1968'de Ekvator Ginesi'nin bağımsızlığını tanıdı. Ardından da Ocak 1969'da Fez Antlaşması'nı yeniden revize ederek Ifni bölgesini de Fas'a vermeyi kabul etti. Karşılığında da Fas kıyılarında on yıl boyunca balıkçılık imtiyazını alacaktı (SSI, 2013:10). Böylece 1970'e gelindiğinde İspanya için Afrika macerası Batı Sahra dışında büyük ölçüde sona ermiş bulunuyordu. Ceuta, Melilla ve Kanarya Adaları İspanyol özerk bölgesi haline gelirken, Batı Sahra'daki sömürge yönetimi devam ediyordu.

Aynı yılın Haziran ayında İspanyollar bu kez Tahrir Hareketi'nin lideri olan Muhammet Sidi İbrahim Bassiri'yi idam ettiler. Bu gelişme onlarca yıldır devam eden bağımsızlık hareketini daha örgütlü bir noktaya taşımıştır. 1972 yılında bölgede dünyanın bilinen en büyük fosfat yataklarının belirlenmesiyle Batı Sahra'daki bağımsızlık hareketi ivme kazanmıştır (Zunes & Mundy, 2010:102). Ne var ki zengin fosfat yatakları Fas ve Moritanya'nın iştahını kabartmıştır. Sürece Cezayir ve Libya'nın da katılmasıyla bölge, kısa sürede komşular arasında paylaşılmayan bir coğrafya haline dönüşmüştür.

Batı Sahra sorununun uluslararası boyuta taşınması kısa sürede örgütlü bir siyasi yapıyı zorunlu hale getirmiştir. Bu amaçla 10 Mayıs 1973'te Polisario Cephesi (Polisario Hareketi) kurulmuştur. Kuruluşundan on gün sonra ilk askeri eylemini yapan Polisario Cephesi, yıl boyunca özellikle fosfat madeninin yoğun olarak çıkarıldığı Bou Craa kenti başta olmak üzere pek çok noktaya saldırı düzenlemiştir (Besenyö, 2009:105). Saldırlardan ciddi ölçüde bunalan İspanyol hükümeti aynı yılın 21 Eylül tarihinde, Batı Sahra için otonom bir yönetim kurabileceği sözünü vermiştir. Ancak Polisario İspanyolların bu teklifini ret ederek saldırılarını sürdürdüler. Cephenin kuruluşunu takip eden bir yıl içinde İspanyollar bölgede nüfus sayımı, otonomi referandumu gibi sorunu çözecek pek çok düzenleme yapmak istese de başarılı olmadılar. 17 Eylül 1974 tarihinde bu kez Fas, konuyu Uluslararası Adalet Divanı'na taşıdı (UN, General Assembly, 1974). Ekim ayındaysa Cezayir, bölgenin Moritanya ve Fas arasında ikiye bölünerek paylaşılmasını teklif etti (Mundy, 2010:3-4)². BM Genel Kurulu, 13 Aralık tarihinde İspanya'nın bölgedeki özerklik referandumunu erteleyerek Fas'ı bir kere daha haklı buldu. Fas, bu hamlesiyle uluslararası kamuoyunda Batı Sahra'nın hamisi olarak belirgin bir üstünlük kazanmış oluyordu (Smith, 1977:136). Fas'ın bu hamlesine daha fazla kayıtsız kalamayan Moritanya ise bu tarihten itibaren bölgenin güneyi üzerinde hak iddia etmeye başlamıştır. Yılın sonlarına doğru İspanya bir başka hamleyle *Sahrâvî Ulusal Birlik Partisi (Partido de Unión Nacional Saharaui)*'nin kurulmasını sağladı (Lamiri, 2014:10-11). Polisario Cephesine karşı kurulan bu parti, temelde Batı Sahra'nın İspanya özerk bölgesi olarak kalmasını savunuyordu.

⁴ Cezayir'in Batı Sahra sorununa müdahalesi sadece bölgenin paylaşılması fikriyle sınırlı değildir. 1975'ten itibaren Fas'ın bölgeyi ilhak etmesine karşı muhalif bir görüş içine giren Cezayir günümüze kadar Batı Sahra sorununa self-determinasyon, bağımsızlık gibi pek çok öneri getirerek bir şekilde kendisini dâhil etmiştir.

1975 yılına gelindiğinde Batı Sahra sorunu karmaşıklaşmıştı. Ocak ayında Uluslararası Adalet Divanı çağrısını kabul eden İspanya, bölgeyle ilgili kendi argümanlarını ortaya koymuştur. Şubat ayındaysa Cezayir, Polisario gerillalarını kendi topraklarına kabul etmeye başladı ve eğitimlerini üstlendi. Siyasi çözüm arayışları arasında bölgedeki askeri çatışmalar tırmanmıştı. Polisario savaşçıları her fırsatta İspanyol birliklerine saldırdılar. Şiddet olaylarının tırmanması nedeniyle 12 Mayıs'ta BM, bir araştırma heyetini bölgeye gönderdi. Heyet Fas, Moritanya, Cezayir ve Batı Sahra'da bir dizi incelemeler yaparak, 15 Ekimde Cephenin bölgenin en büyük meşru otoritesi olduğunu ve bölgenin bağımsızlık istediğini belirten bir rapor hazırladı. Rapordan bir gün sonraysa Uluslararası Adalet Divanı, Fas ve Moritanya'nın bölge üzerindeki taleplerini yerinde bulmadığını ifade eden bir tavsiye görüşü yayınladı (International Court of Justice, 1975). Rapora göre Batı Sahra "*terra nullius*³ olarak kabul edildi. 6 Kasım tarihindeyse Fas Kralı II. Hasan bölge için oldukça stratejik bir hamle yaptı. Adına "*Yeşil Yürüyüş (The Green March)*" denilen bu hamle, yaklaşık 350.000 kişilik sivil bir güç ile Fas'ın Batı Sahra topraklarını fiilen işgal etmesi olarak bilinmektedir (Lamiri, 2014:18).

Fas'ın bu hamlesi kısa sürede beklediği karşılığı bulmuştur. 14 Kasım tarihinde İspanyollar, *Madrid Anlaşması (Madrid Accord)*'yla bölgeyi Fas ve Moritanya arasında paylaştırdılar. Toplamda altı maddeden meydana gelen anlaşmanın 2. maddesine göre öncelikle İspanya, Fas ve Moritanya tarafından bir komisyon kurulması karara bağlandı. İlaveten komisyona bir bölge valisi atama yetkisi verilirken, Moritanya ve Fas'a da birer vali yardımcısı belirleme hakkı tanındı. Komisyonun temel göreviyse İspanyol işgalinin 28 Şubat 1976'ya kadar tasfiyesi ve ardından Batı Sahra'nın hukuki statüsünün kesinleştirilmesiydi (UN, Treaty Collection). Antlaşmaya göre hali hazırdaki yerel meclis Jema'a, varlığını devam ettirecekti. Antlaşma bölgeyi kâğıt üzerinde bütünleştirmiş ancak fiilen de birbirinden ayırmıştır. Fas, bölgenin neredeyse üçte ikisine yerleşirken, Moritanya sınırına yakın üçte birlik alanı eline geçirmiştir. İspanya ise üçlü konsorsiyumdaki yerini güçlendirerek yatırımlarını garantilemiştir. Batı Sahra'nın asıl sahiplerineyse sadece konsorsiyumun belirlediği kadar idari bir özerklik tanınmıştır.

Üç ülke için gayet kârlı görülen bu antlaşma, hem Batı Sahra hem de uluslararası camia tarafından tepkiyle karşılanmıştır. Antlaşmadan bir gün sonra Polisario Cephesi, antlaşmayı ret etmiştir. Uluslararası camianın gösterdiği ilk tepki de 19 Kasım'da Cezayir'den geldi. Antlaşmanın bölge istikrarını bozacağını ifade eden Cezayir, Polisario'ya desteğini artıracığını ilan etti. BM de bir deklarasyon yayınlayarak antlaşmanın kabul edilemez olduğunu duyurdu. BM'nin bu hamlesi Polisario Cephesi'ne aradığı fırsatı vermiştir. 28 Kasım tarihinde 102 kişilik Jema'a üyelerinden 67'si yerel aşiret liderleriyle birlikte Guelta Zemmour Kentinde toplanarak "*Guelta Zemmour Bildirgesi (Proclamation of Guelta Zemmour)*"ni yayınladılar (IBP, 2013:39). Bildirgede antlaşmanın ret edildiği ve

³ Hiçbir devletin egemenliğinde bulunmayan topraklar.

Polisario Cephesi'nin Batı Sahra'nın nihai kurtuluşu için yegâne kurum olduğu belirtilmekteydi.

Bildirgenin kabulünden sonra Batı Sahra'da çatışmalar yeniden başlamıştır. Fas ordusu 11 Aralıkta kuzeyden, Moritanya güçleri ise 20 Aralık tarihinde güneyden bölgeye girdiler. Cephenin Fas'la olan ilk çatışması 27-29 Ocak 1976'da gerçekleşti. Rabat yönetimi bu çatışmalara Cezayir birliklerinin de katıldığını iddia etmiş, ancak Cezayir yönetimi bu iddiaları yalanlamıştır (Brecher & Wilkenfeld, 1997:120). Franco'nun ölümüyle yeni bir döneme giren İspanya ise 26 Şubat'ta Batı Sahra'dan çekildiğini ve konunun kendileri için tamamen kapandığını BM'ye bir mektupla ilettiler (UN Security Council, 1976). İspanyolların bölgeden çekilmesinin ertesi günü Polisario Cephesi, Sahra Arap Demokratik Cumhuriyetinin kuruluşunu ilan etti. Fas hükümeti de aynı gün, kontrolü altında tuttuğu Jema'a'yı toplayarak son kertede entegrasyona gidecek yeni anayasayı kabul ettirdi (Brecher & Wilkenfeld, 1997:120). İlâveten 14 Nisan tarihinde de Fas ve Moritanya ülkeyi resmen ikiye böldüler. Fas toprakların yaklaşık üçte ikisine sahip olurken, geri kalanı da Moritanya'ya bırakılmıştır. Fas ele geçirdiği topraklarda Laayoune, Boujdour ve Smara kentleri merkez olmak üzere üç bölge oluştururken, Moritanya ise kendine ait toprakları Smara Bölge Yönetimi altında topladı. Bu gelişmelerden sonra bölge yıllar sürecektir şiddet sarmalının içine yuvarlanacaktı. Nitekim artan şiddet olayları yüzünden Mayıs ayında Cezayir'de 50.000 kişilik ilk Batı Sahra mülteci kampının kuruluşuna yol açmıştır (Besenyö, 2010, 70).

Polisario'nun Fas ve Moritanya güçleriyle olan mücadelesi üç yıl boyunca inişli çıkışlı bir seyir izlemiştir. Özellikle Moritanya'ya karşı önemli başarılar elde eden Sahrâvî Kurtuluş Ordusu (SKO), 8 Haziran 1976'da başkent Nouakchott'uyu; 1 Mayıs 1977'de de maden kenti Zourate'yi bastılar. Altı Fransız madenci bu saldırılarda SKO tarafından rehin alındı (SSI, 2013:37). Kentler ancak Fransa'nın bölgeye asker göndereceğini açıklamasıyla kurtarılabilmişti. Moritanya ile yapılan çatışmalarda yaklaşık 1600 Moritanya askeri ölmüş, 900 asker yaralanmış ve 96 asker SKO tarafından ele geçirilmiştir. Polisario güçlerinin Fas ordusuyla yaptığı savaşlardaki bilanço daha kanlıdır. Fas ordusundan 18 uçak düşürülürken 4200 asker öldürmüş, 2800 asker yaralanmış ve 96 askeri esir almıştır (SSI, 2013:36). Ancak Fas ile olan mücadelenin sonuç verdiğini söylemek de güçtür. Oldukça kanlı geçen ilk dönem çatışmaları sonunda 75.000 ile 150.000 sivilin Cezayir'deki mülteci kamplarına gitmek zorunda kaldığı, 60.000'den fazla kişinin Batı Sahra yerleşim alanlarından çöllere sürüldüğü ve on bine yakın Polisario militanının hayatını kaybettiği tahmin edilmektedir (SSI, 2013:40-41).

Batı Sahra'daki çatışmaların giderek artması üzerine 17-20 Temmuz 1979'da bugün adı Afrika Birliği olan Afrika İşbirliği Örgütü (AİÖ), Liberya'da toplanarak Kıtadaki bölgesel sorunlara barışçı bir çözüm için genel bir arabuluculuk önerisinde bulundu. Ne var ki içinde referandum teklifi bulunan bu öneri Fas tarafından reddedildi (Harris, 1994:29). Aynı yılın 15 Ağustos

tarihindeyse Polisario, Moritanya ile ateşkes imzaladı (Harris, 1994:51). Bunun üzerine Fas, daha önce Moritanya tarafından işgal edilen toprakların çoğunluğunu ele geçirdi. Bu durum Çöl Savaşı olarak da bilinen ikinci dönem savaşlarının fitilini ateşlemiş ve 1990'a kadar devam etmiştir. Savaş uçağı, zırhlı araçlar ve ağır silahlarla takviye edilen 82.000 kişilik Fas ordusuna karşı 8000 kişilik SKO güçleri bu dönemde çeşitli defalar karşı karşıya geldiler (Harris, 1994:52). Aralıklarla devam eden ve yaklaşık on yıl süren çatışmaların bedeli her iki taraf için de çok ağır olmuştur. Sadece Fas güçlerinden 18.000 ölü ve yaralı kayıtlara geçmiştir. Batı Sahralı kayıplar ise halen bilinmemektedir.

Fas ile yapılan çatışmalar devam ederken SADC Hükümeti, 16 Temmuz 1980'de yeni bir siyasi atak yaparak Afrika İşbirliği Örgütü (AİÖ)'ne tam üyelik için başvurdu (Harris, 1994:30). Başvurunun üzerine Rabat yönetimi 1981'de yaşanan çatışmaları bahane ederek kontrol altındaki Batı Sahra topraklarında dünyanın halen en büyük ikinci duvarı olan *Batı Sahra Duvarı (Berm)*'ını inşa etmeye başladı (Zunes & Mundy, 2010:23,48). Gerek Batı Sahra'daki çatışmalar gerekse de İspanya ile olan siyasi gerilimler yüzünden üzerindeki uluslararası baskılara daha fazla dayanamayan Kral II. Hasan 24-27 Haziran arasında Nairobi'de düzenlenen 18. AİÖ Zirvesi'nde Batı Sahra'da yapılacak olan referandumu kabul edeceğini açıkladı. Ancak kısa sürede Fas yönetiminin referandumda gönülsüz olduğu anlaşıldı. Bu aşamadan sonra uluslararası inisiyatif giderek SADR yönetimine geçmeye başladı. Şubat 1982'de AİÖ'nün 69.ncu Bakanlar Konseyi toplantısında Fas'ın bütün itirazlarına rağmen SADC yönetimi tanındı ve AİÖ'ye egemen devlet statüsüyle katılımı onaylandı. Batı Sahra'nın AİÖ'ye katılmasından yaklaşık iki yıl sonra 12 Kasım 1984'te Fas, üyeliğini askıya aldığını ilan etti.

Fas'ın AİÖ üyeliğini askıya almasının ardından 1 Temmuz 1985'te BM ve AİÖ ortak iyi niyet inisiyatifi başlatarak, çatışmaları barışçıl bir biçimde çözmek üzere Fas ve SADR hükümetlerine bir dizi yeni uzlaşma önerilerinde bulunmuştur (Ambrosso & Yisra, 2013:28). 11 Ağustos 1988 yılına kadar devam eden bu girişimler esasen taraflar arasındaki kalıcı bir ateşkesin sağlanması, bölgenin entegrasyon ya da bağımsızlık seçeneklerinin belirlenmesine dayanmaktaydı. Ayrıca mülteciler ve bölgede yaşayan sakinler için yeni bir *Yerleşim Planı* önerisi de inisiyatifin temel hedefleri arasındaydı. Bu öneriler BM Genel Sekreteri'nin 19 Nisan 1991 tarihli S/22464 sayılı raporu ve 19 Nisan 1991 tarihli BM Güvenlik Konseyi'nin 690 sayılı kararıyla da onaylandı (UN, Security Council, 1991). Bu karara göre BM, referandum yapılarak kalıcı bir çözüm sağlanana kadar bölgeye bir özel temsilci atayacak, sivil ve askerlerden oluşan, adına da MINURSO denilen bir görev gücünü bölgeye gönderecekti (UN Peacekeeping, 2017). İlaveten mülteciler için BM Mülteciler Yüksek Komiserliği devreye girerek, kamplarda yaşayan Batı Sahralıların Yerleşim Planı'na uygun olarak geri dönmeleri sağlanacaktı. Yerleşim Planına göre referandum 1992'nin ilk ayında yapılmalıydı. Ne var ki gelişmeler bu takvimin belirlenen sürede gerçekleşmesi mümkün değildi. 24 Mayıs 1991'de Genel Sekreter Perez de Cuellar, ateşkesin 6 Eylül'de yürürlüğe

girmesini önerdi. Her iki taraf 7 Eylül'de ateşkesi kabul ettiler. Çatışmalar kesilmiş, müzakereler bu kez BM bünyesinde yürütülmeye başlanmıştı. MINURSO'nun referandum için hazırlık çalışmaları yaklaşık dört yıl sürmüş, nihayet 28 Ağustos 1994'te hem Laayoune'de, hem de Tindouf bölgesinde aynı anda seçmen belirleme işlemleri başlatılmıştır. Ancak yıllarca süren kanlı çatışmalar, bölge halkının neredeyse tamamının mülteci konumuna düşmesi ve taraflar arasındaki siyasi tartışmalar yüzünden kimlik tespit çalışmaları çok yavaş ilerlemiştir. Sorun ancak Mart 1997'de James Baker'ın BM Batı Sahra Özel Elçisi olarak atanmasından sonraki yoğun gayretleri sayesinde 1999'un Mart ayında kesin bir çözüme ulaştırılabildiği görülmüştür. Nihayet aynı yılın 15 Temmuz tarihinde de Geçici Referandum Seçmen Listeleri açıklanabilmiştir. Bu arada Eylül ayının ilk günlerinde Fas hükümetini protesto amacıyla *Birinci İntifada Hareketi* başlamıştı. Batı Sahralı öğrenciler tarafından Laayoune'da başlatılan gösteriler 2000 yılının sonlarına kadar aralıklarla devam etti. Fas güçlerinin oldukça sert müdahalesine neden olan gösteriler daha çok Rabat yönetimi tarafından hapsedilen veya "ortadan kaldırılan" Sahralı siyasetçilerin salıverilmesi ya da akıbetlerinin belirlenmesine odaklanmıştır. Ancak ilk intifada hareketi gerek Fas gerekse de uluslararası kamuoyunda güçlü bir etkide bulunmamıştır. Dünyanın konuyla ilgisi daha çok referandum katılımcı listelerinin tamamlanması yönündedir.

Katılımcı listesi ancak 15 Ocak 2000 tarihinde tamamlanabilmiştir. Buna göre bölgede yaklaşık 250.000 kişilik yerli bir nüfusun barındığı tespit edilmiş, bunlardan ancak 86.425'inin referandumda oy kullanabileceği belirlenmiştir. Nüfus sayımı konusunda çalışmalar bir yandan devam ederken bu kez 20 Haziran 2001 tarihinde "*Baker I Planı*" olarak da bilinen BM Genel Sekreterlik Raporu yayınlandı. Söz konusu raporda özetle bölgedeki barış sürecinin gidişatı aktarılıyor, tarafların nihai çözüm ve kalıcı barışa ne kadar istekli oldukları belirtiliyordu. Ancak raporda dikkat çeken en önemli ayrıntı ise Batı Sahra'nın Fas'ın tarihsel bir parçası olduğu, ancak bölgenin genişletilmiş bir özerklik içinde yönetilmesi gerektiği idi (Theofilopoulou, 2006:9). Baker I Planı 29 Haziran tarihinde 1359 sayılı BM Güvenlik Konseyi kararıyla onandı. Fas bu öneriyi derhal kabul ederken Polisario Cephesi raporun eksik ve yanlı olarak hazırlandığını öne sürerek ret etti. Böylece plan daha doğmadan sona ermişti. Buna rağmen BM Güvenlik Konseyi 1380 sayılı kararıyla MINURSO'nun görev süresini uzatarak 18 Şubat 2002 tarihine kadar durumun bir kere daha gözden geçirilmesini istemiştir.

10 Ocak 2002'de Özel Elçi Baker, Güvenlik Konseyi'ne bir başka rapor daha sundu (UN Security Council Interim Report, 2002). Raporunda, yaşanan gelişmeler ayrıntılı aktarılıyor, özellikle iki taraf arasındaki çatışmasızlık durumunun devam ettiği ifade ediliyordu. Rapor, daha çok Yerleşim Planı'nın uygulanmasındaki güçlüklerle ve taraflar arasındaki iletişimin güçlendirilmesi konusuna odaklanmıştı. Bu raporu 19 Şubat 2002'de daha ayrıntılı üçüncü bir rapor izledi (UN Security Council, Report for Secretary General, 2002 February). Bu raporda da sürecin istikrarlı bir şekilde devam edebilmesi için ön koşulsuz olarak

tarafların Yerleşim Planı'na uymaları; çerçeve antlaşmalarının gözden geçirilmesi; bölgenin iki taraf arasında muhtemel bölünmesinin araştırılması ve MINURSO'nun feshedilmesi ifade edilmiştir. Ne var ki Güvenlik Konseyi dört seçeneği de onaylamamış, görüşmelerin devamını istemiştir. Baker'ın dördüncü raporu ise aynı yılın 19 Nisan tarihinde Güvenlik Konseyine sunulmuştur (UN Security Council, Report for Secretary General, 2002 April). Söz konusu rapor öncekilere atf yaparak mülteci kamplarındaki eksikliklerin giderilmesi gibi konulara odaklanmıştır. Yayımlanan dört raporun ardından 30 Temmuz 2002'de BM Güvenlik Konseyi bölgeyle ilgili 1429 sayılı bir karar daha yayınladı. Kararda Özel Elçi Baker'ın çabalarına tam destek verilirken, sorunu çözecek nihai bir siyasi çözümün şart olduğu ifade edilmiş, bu amaçla BM'nin bölgede yapılacak self-determinasyona dayalı bir referanduma hazır olduğu belirtilmiştir. Bundan başka BM, taraf ülkeleri uzlaşma ve işbirliğine davet etmiş, BM Mülteciler Yüksek Komiserliği ve BM Gıda Programını devreye sokarak mültecilere doğrudan gıda desteğine başlama kararı almış, esirlerin serbest bırakılması için SADR Hükümetine çağrı yapılarak MINURSO'nun görev süresi 2003'e kadar uzatılmıştır (UN Security Council Resolution 1478). Kararın ardından BM Güvenlik Konseyi Batı Sahra sorunu için inisiyatifi tam olarak ele almıştır. Bu tarihten itibaren BM 2003'te 1463, 2004'te de 1469 sayılı iki karar daha almış, Baker'dan detaylı bir rapor istemiştir. Baker, 23 Mayıs 2003'te raporla birlikte nihai çözüm amaçlı ikinci bir plan daha sunmuştur. "*Baker II Planı*" olarak anılan bu plana göre anılan tarihe kadar hazırlanan GRS Listeleri üzerinden üç yıl için bir geçici yönetim oluşturulacak, bu yönetim de görev süresi içinde Fas'a özerklik üzerinden entegrasyon ya da tam bağımsızlık için BM gözlemcilerinin kontrolünde referandumu tamamlayacaktı (Ambrosso & Hilal, 2013:29). Fas planı doğrudan kabul ederken Polisario Cephesi bazı çekinceler koyarak uyacağını açıkladı. Güvenlik Konseyi aynı yılın 30 Mayıs tarihinde 1485 sayılı kararlar raporu ve planı onayladı. Takvimler 31 Temmuz'u gösterdiğinde BM Güvenlik Konseyi 1495 sayılı başka bir kararla Baker II Planı'nın bölge için en uygun çözüm önerisi olduğunu deklare ederek 31 Ocak 2004 tarihinde referandum yapılmasını kabul etti. Söz konusu kararda ayrıca insani yardımın mahiyetini ve miktarını genişleteceği de deklare edilmişti.

Batı Sahra sorununun çözümü için mutlu sona çok yaklaşılmıştı. Ancak Baker II Planı da çeşitli sorunlar yüzünden yürürlüğe girememiştir. Sorunun kaynağı ise bu kez Rabat yönetimidir. Neredeyse yüzyıldır bölgeyi kendi toprakları arasında gören Fas, planın geçiş düzenlemelerine ve olası bir bağımsızlık seçeneğine karşı çıkarak 23 Nisan 2004'te "kırmızı çizgilerinin" aşıldığı iddiasıyla plandan vazgeçtiğini açıkladı (Permanent Mission of Kingdom of Morocco, 2004). Rabat'ın plandan çekildiğini açıklaması, BM gündemini de karıştırmıştı. Yaklaşık bir hafta içinde toplanan BM Güvenlik Konseyi 29 Nisan'da 1541 sayılı karar alarak Fas hükümetini uyardı. Ancak Fas'ın bu kararı değişmeyecekti. Fas'ın politika değişikliği yüzünden yaklaşık on yıldır bölgede mekik diplomasisi yapan

Baker ise, 11 Haziran'da Batı Sahra Özel Elçiliğinden ayrılma kararı almıştır (Theofilopoulou, 2006:13).

Baker'in görevden ayrılmasından itibaren yerine geçici olarak MINURSO yetkilisi Alvarado De Soto atandı. De Soto görevdeyken BM Güvenlik Konseyi 28 Nisan 2005'te 1598 sayılı bir kararla Batı Sahra sorununun siyaseten çözümü üzerinde hassasiyetle duracağını yineleyerek taraflara antlaşmalara uymak için bir kere daha çağrıda bulunmuştur. Güvenlik Konseyi'nin çağrısı neredeyse bölgede başlayan *İkinci İntifada Hareketi (Mayıs İntifadası)*'yle aynı günlere denk gelmiştir. 21 Mayıs tarihinde Laayoune'da başlayan gösteriler Batı Sahra'da Smarra ve Dhakla kentlerine yayılmış; Fas'ın Kazablanka, Fes ve Marakeş kentlerine kadar genişlemiştir (SSI, 2013:64). Oldukça kanlı geçen Mayıs İntifadası, 14 Aralık tarihinde sona erdiğinde yüzlerce insan yaralanmış, 14 Sahralı siyasetçi çeşitli cezalara çarptırılmıştır. İkinci intifada eylemleri mücadeleyi uluslararası kamuoyuna getirmesi bakımından önemlidir. Ayrıca gösteriler sürerken BM Güvenlik Konseyi Hollanda BM Daimi Büyükelçisi Walsum'u atamıştır. Walsum'un 29 Temmuz tarihinde göreve gelir gelmez ilk işi, taraflar arasında iyi niyeti amaçlayan bir dizi mekik diplomasisi başlatmak olmuştur. Walsum'un bu niyeti kısa zamanda sonuç vermiş ve 18 Ağustos'ta Polisario Cephesi elinde tuttuğu 404 Fas'lı askeri serbest bırakmıştır. Cephenin iyi niyeti kısa zamanda etkisini göstermiş, 28 Ekim 2005'te Güvenlik Konseyi 1634 sayılı yeni bir kararla, referandumun 30 Nisan 2006'ya kadar yapılmasını istemiştir. Ne var ki BM'nin bu çağrısı Fas hükümeti tarafından bir kere daha sekteye uğratılmıştır. Nitekim Kral VI. Muhammed 6 Kasım tarihinde "*Yeşil Yürüyüş*"ün 30. Yıl Dönümü vesilesiyle bölgeyi hem ziyaret edeceğini hem de bölgede genişletilmiş bir özerklik için düzenleme yapılacağını duyurmuştur. Ancak Kral'ın bu açıklaması, çözüm umutlarının bir kere daha sönmesi anlamına gelmektedir. BM, bir kere daha devre dışı kalmış, taraflar kendi çözümlerini üretme yoluna gitmiştir. Her türlü itiraza rağmen Kral VI. Muhammed 20-25 Mart 2006'da ilk ziyaretini Laayoune'e gerçekleştirmiştir (Morina 2016:61). Ziyareti sırasında Kral kentte aşiret reisleri, kadınlar ve bölgenin diğer sivil toplum kuruluşlarının temsilcilerinden oluşan 140 kişilik *Kraliyet Sahra İşleri Danışma Konseyi (Royal Consultative Council of Saharan Affairs- CORCAS)*'ni toplayarak yeni özerklik planını açıklamıştı. Plana göre bölge "Sahra Özerk Bölgesi" olarak yeniden adlandırılacak, karşılıklı diyalog ve danışmaya dayalı olarak genişletilmiş bölgesel bir parlamentonun temelleri atılacaktı (Morina, 2016:62). Ayrıca bölgenin şartlarının iyileştirilmesi için bir dizi ekonomik ve insani reformlar başlatılacağı da ilan edilmişti. Yapılan ziyaretin ardından 28 Nisan tarihinde Güvenlik Konseyi, 1675 sayılı kararında tarafları bir kere daha uzlaşmaya ve uluslararası antlaşmalara uymaya çağırarak, parçalanmış ailelerin birleştirilmesi, başta istismar ve görevi kötüye kullanmaların engellenmesi, rüşvetle mücadelenin yapılması ve bölgedeki eğitim imkânlarının genişletilmesi gibi konularda uyarıda bulundu. İlaveten bölgede 31 Ekim 2006 tarihine kadar referandumun yapılması da tavsiye edilmişti. Güvenlik Konseyi, bu uyarısını 31 Ekim'de 1720 sayılı kararla bir kere daha

yineledi. Ne var ki Fas, Güvenlik Konseyi'nin bu iki kararına da itiraz etmiş ve Polisario Cephesi lehine düzenlendiği iddialarıyla süreci yeniden askıya almış ve Aralık ayında da CORCAS'tan bölgenin Fas topraklarına bağlanması yönünde karar çıkartmıştır.

Batı Sahra sorununda 2007 yılının Nisan ayı içinde Polisario ve Fas hükümeti ayrı ayrı BM'e çözüm önerilerini sundular (Souaré, 2007:1-6). Polisario sunduğu önerisinde, Baker Planı dâhilinde bölgede bağımsızlık, entegrasyon ve özerklikten oluşan bir referandum sürecini kabul ettiğini belirtiyordu. Fas ise bölgenin federal bir ilişki üzerinden doğrudan kendisine bağlanması teklifini sunmuştu. Oldukça detaylı bir plan sunan Fas, özetle kendi egemenliğinde genişletilmiş bir federal yapıyı kabul edebileceğini belirtmiştir (Arief, 2012). Her iki tarafın önerileri üzerine Güvenlik Konseyi 30 Nisan tarihinde 1754 sayılı kararlar tarafları bir kere daha ön şart olmaksızın görüşmelere davet etti. Taraflar 18-19 Haziran tarihlerinde New York Manhasset'de bir araya geldiler. Manhasset Görüşmeleri aralıklarla 16-18 Mart 2008'e kadar devam etse de bir sonuca ulaşamamıştır. Özerklik, federalizm ve bağımsızlık tartışmaları içinde sıkışan görüşmeler sonunda 21 Ağustos 2008'de Özel Temsilci Peter van Walsum da görevini bıraktığını açıklamıştır. (Arief, 2012).

Çözümün bir kere daha askıya alınmasının ardından 7 Ocak 2009'da Batı Sahra Özel Temsilciliğine bu kez Christopher Ross atanmıştı. Ross'un da ilk işi bölge ülkeleri de dâhil geniş bir müzakere alanının yaratılması için bir dizi diplomatik gezi düzenlemektir. Böylece taraflara nihai çözüm için baskı kurmuş olacaktı. Nitekim Ross'un bu atağı Güvenlik Konseyince de desteklenmiş 1871 sayılı kararında bunu açıkça takdir etmiştir. Ne var ki bölgede çözümsüzlük süreci tarafların ön şartları yüzünden devam etmiştir. Her iki taraf da bir şekilde Güvenlik Konseyi kararlarının uygulanmasına engel olmuş, bölgede ne bir nüfus sayımı ne de referandum yapılabilmıştır. Nitekim bu durum Güvenlik Konseyi'nin 30 Nisan 2010 tarihli 1920 sayılı kararında da açıkça dile getirilmiştir. Hatta söz konusu kararda BM, biri Dürnstein (Avusturya), diğeri Westchester County (ABD) olmak üzere tarafları ikili müzakerelere davet bile etmiştir. Ne var ki tarafların ön koşullarında ısrar ederek daveti kabul etmedikleri görülmektedir. Buradan anlaşılacak şey tarafların kesin çözüm için açık bir niyet taşımadıklarıdır. Bir yandan çabalar devam ederken, diğeri yandan çatışmalar azalsa da, bu kez taktik değiştirerek, kitle gösterilerine dönüşmüş ve insan hakları ihlalleri devam etmiştir.

Taraflar 8-9 Mart 2011 tarihinde Malta'da gayri resmi olarak bir kere daha buluştular (Independet, 2011). Ancak görüşmelerde yine ilerleme sağlanamamıştır. Güvenlik Konseyi, 27 Nisan'da 1979 sayılı bir karar daha yayınlamaya tarafları yine uzlaşmaya çağırdı. Konsey çağrılarını 2017'ye kadar üç karar, üç rapor, üç mektup yayınlamaya sürekli yinelemiştir (UN Security Council, 2017). Yapılan bütün çağrılarda BM, tarafları uzlaşmaya, hak ihlallerine duyarlı olmaya, ön koşulsuz olarak müzakere ve görüşmelere katılmaya çağırmıştır. Yapılan bütün çağrılara rağmen Batı Sahra sorunu halen nihai bir noktaya ulaşamamıştır. Bunun

sebebiyse bölgede yıllarca biriken şiddet ve düşmanlık duyguları ile tarafların inatçı tutumlarıdır. Fas bölgenin genişletilmiş özerklik veya federalizm çerçevesinde kendisine bağlı tarihi bir coğrafya olduğunu iddia etmektedir. Polisario Cephesi ise tam bağımsızlık niyetiyle soruna yaklaşmaktadır. Fas'ın entegrasyon seçeneğinin de referandum konusu yapılmasını kabul etmektedir. Buna karşın Rabat yönetimi, referanduma sadece entegrasyon seçeneği üzerinden gidebileceğini savunmakta, diğer seçenekleri doğrudan ret etmektedir. Bu nedenle bölge fiilen ikiye bölünmüştür ve biri Laayoune, diğeri de Lahlou olmak üzere iki başkente sahiptir. Polisario Cephesinin kurduğu Sahra Arap Demokratik Cumhuriyeti ise halen 46 ülke tarafından *de facto* ya da *de jure* olarak tanınmaktadır.

POLISARIO CEPHESİNDE İDEOLOJİ VE ÖRGÜTLENME

Asıl adı İspanyolca'da *Frente Popular de Liberación de Sagüía el Hamra y Río de Oro* olan ve dilimize "Sakiye el-Hamra ve Río de Oro- Halk Kurtuluş Cephesi" olarak çevrilebilen, ancak dünyada en bilinen adıyla *POLISARIO Cephesi* olarak anılan örgüt, 29 Nisan 1973'te Mustafa Seyid tarafından Moritanya sınırları içinde bulunan Zouerate kentinde tasarlanmış ve 10 Mayıs 1973'te kurulmuştur. Örgütün varlığı Sahravi olarak tanımlanan Batı Sahra yerlilerine dayanır. Kökleriye altmışlı yılların sonlarında İspanyol işgaline karşı kurulan *Sahra Özgürlük Hareketi* veya bilinen adıyla *Tahrir Hareketi (MIS-Harakat Tahrir Saqia al-Hamra wa Wadi al-Dahab* içinde bulmak mümkündür. Önceleri İspanyol sömürgeciliğine karşı direnmek amacıyla kurulan örgüt, İspanya'nın bölgeden tamamen çekilmesiyle bu kez Fas ve Moritanya işgaline karşı mücadeleye başlamıştır. Moritanya'nın aradan çıkmasıyla, 1991 yılına kadar Fas'la doğrudan ve yoğun çatışmalar içine giren örgüt, bu tarihten itibaren aktif saldırılarına ara verdiğini ve yalnızca meşru savunma yapacağını ilan ederek Rabat hükümetiyle BM ve uluslararası kamuoyunun desteği çerçevesinde barış görüşmeleri yürütmektedir (SSI, 2013:173).

Polisario Cephesi'nin fikirselsel temeli esasen Muhammed Sidi İbrahim Bassiri önderliğinde kurulan Tahrir Hareketi'ne dayanır⁴. Bassiri'nin amacı, barışçıl yollardan İspanyol işgalini sona erdirmek ve bütün kabileleri birleştirilerek bölgenin kendi kaderini tayin hakkını elde etmektir. Bu noktada Bassiri'nin Gandhi'nin Hindistan'daki mücadelesini örnek aldığını ileri sürmek yanlış olmaz. Bu amaçla Bassiri, 17 Haziran 1970'de Laayoune'a bağlı Zemla Kentinde Gandhi benzeri bir intifada hareketini başlatmıştı. Ancak bu hareket İspanyollar tarafından çok kanlı bir şekilde bastırıldı. Bassiri ve hareketin liderleri arasında görülen 12 kişi öldürüldü veya hapse atıldılar (Besenyö, 2009:65). Olaydan kısa süre sonra da

⁴ Bu hareketin literatürdeki resmi adı "The Movement for the Liberation of Sagüía el Hamra and Wadi el Dhahab (Saqiye el Hamra ve Vadi az Zeheb-Özgürlük Hareketi)" olarak bilinmektedir.

Bassiri'nin hapiste öldürüldüğü ortaya çıktı. Böylece bölgedeki ilk barışçıl özgürlük girişimi başlamadan bitmiş oluyordu. Geleneksel göçebe kültürüyle yoğrulmuş, İslami değerlere dayalı bir hareket olan Tahrir, nihai noktada tam bağımsızlık kavramına dayansa da buna ulaşacak yol ve yöntemlerden yoksundur. Üstelik hareket, örgütlü bir yapıya da sahip değildir. Dar bir kadroyla, sadece gösteriler yaparak kamuoyunun dikkatini çekmeye çalışmış, bu yüzden tam anlamıyla başarılı olamamıştır. Nitekim geçen altı yıllık zaman, bağımsızlık hareketinin ayakları yere basan bir ideolojiye, gerekirse silahlı bir mücadeleye dönüşecek örgütlü bir yapıya ihtiyaç duyulduğunu açıkça göstermiştir (Stephan & Mundy, 2006:4).

İşte Polisario Cephesi bu ihtiyacı karşılamak için doğmuştur. Cephenin ideolojik temelleriye kurulduğu yıllarda değil, aksine gelişen zaman içinde şartların etkisiyle biçimlenmiştir. Bu nedenle örgütü ideolojik açıdan herhangi bir kategori içinde sınıflamak oldukça güçtür. Fikirsiz olarak Tahrir Hareketine dayanan, öncelikle kendisini bölgenin bağımsızlığına aday ve halkıyla bütünleşen bir “cephe” olarak tanımlamış, bütün eğilimleri ve toplum kesimlerini içinde barındıran bir siyasi hareket olduğunu ilan etmiştir. Bu nedenle de kuruluş aşamasında herhangi bir parti programına yer verilmemiştir (Zunes, 1987:37). Cephenin böyle bir yol tercih etmesinin iki temel nedeni bulunmaktadır. Bunlardan ilki mücadelenin tam ve kesin bir başarıya ulaştırılması arzudur. Polisario'nun kurucuları ideolojik açıdan dağınık ve kararsız bir toplumu, asgari müştereklerde birleştirmenin en garantili yolunu “Cephe” adı altında birleştirmenin daha kolay olduğuna inanmışlardır. Bir diğer deyişle “Cephe” çatı görevi görmüştür. İkincisi ise mücadelenin başladığı dönemin şartları ve bölgenin Kıtadaki konumudur. Nitekim Cephenin kurucuları yetmişli yıllarda Afrika'da ve Arap dünyasında yükselen milliyetçilik ve bağımsızlık söylemlerinin daha çok üçüncü dünyacılık üzerinden kurgulandığını görmekteydiler. Üçüncü dünya yaklaşımlarının sorunlarını ve sıkıntılarını da bilmekteydiler. Ne var ki dönemin şartları içinde bu yöntemi kestirip atmaları mümkün değildi. Zira o yıllarda üçüncü dünyacılık üzerinden yürütülmeyen bir mücadelenin ne kendi toplumunda, ne Arap dünyasında ne de Afrika coğrafyasında desteklenmeyeceğini biliyorlardı. Dahası başta Kaddafi gibi dönemin güçlü bir liderini yanına çekmek ve (belki de en önemlisi) Sovyetler Birliği'nin de desteğini almak gerekiyordu King, 2006:79). İşte bu nedenlerle Polisario esnek, değişen koşullara kolayca uyum sağlayabilen ama yüksek sesle vurgulanmayan bir politik üslubu tercih etmiştir. Gerçekten de mücadelenin bütününe bakıldığında bu yaklaşımın isabet derecesi kendisini kolayca göstermektedir. Bu yaklaşım özellikle Cephenin 26-30 Ağustos 1976'da düzenlenen Üçüncü Genel Kongresinin ardından ilan edilen SADC'nin kuruluş deklarasyonunda açıkça görülebilmektedir (Western Sahara Sahara Occidental,2018). Buna göre SADC kendisini Arap milliyetçiliğine dayalı, demokratik ve ilerici bir sendikalizme bağlı, özgür, bağımsız ve egemen bir devlet olarak tanımlamıştır (Zunes & Mundy, 2010:116). *Arap milliyetçiliğine* yapılan vurgu bölgenin bir Arap toprağı olduğu ve Sahrâvî halkının da esasen Araplardan

meydana geldiği iddiasıdır. Ancak bu vurgunun, etnik bir kökene yapılan bir atıftan çok, dış politikaya yönelik pragmatik gerekçelerden ve toplumsal kültürde kavrama yüklenen anlamlardan kaynaklanır. Fas'ın da kendisini Arap dünyasında konumlandırmasından hareketle sorunu Arap dünyası içine sokmak, Polisario için avantajlı bir stratejidir. İlâveten Arap kimliği Afrika sömürgeciliğinin getirdiği travmatik etkinin de önüne geçmektedir. “Siyah” olmak, geçmişten kalan bir alışkanlıkla toplumsal statü içinde aşağı bir tabakalarda yer almak anlamına gelmektedir. Dolayısıyla daha üst bir toplumsal statü için Arap kimliği psikolojik güven sağlamaktadır (Munene, 2010:179). Kuruluş belgesinde Cephenin Üçüncü Dünya Sosyalizmi söylemine vurgusu belli belirsiz kalmıştır. Kongre üyeleri İslami ve Arap milliyetçiliğine dayalı kavramları daha fazla tercih etmişlerdir. Hatta çoğu zaman Cephne, kendisinin Marksist bir örgüt olmadığını, aksine bölgenin yerel halklarına dayandığını ve piyasa ekonomisini açıkça benimsediğini deklare etmekten kaçınmamıştır. Bununla birlikte halen Cephenin kurulduğu yıllardan günümüze Sosyalist Enternasyonalin etkin bir üyesi olduğu, varlığını sürdüren sosyalist organizasyonlara temsilciler gönderdiği de unutulmamalıdır (Sahara Press Service, 2017).

Polisario Cephesi'nin bir başka ideolojik söylemi ise sömürgecilik karşıtlığı ve antiemperyalist tutumudur. Fransız sömürgesi altında kalan komşularının deneyimlerinden ve politik gelişmelerinden derinden etkilenen Hareket, İspanyol egemenliğinin kalıcı hale getirilmesi için dayatılan idari ve politik kurumları farklı bir jeopolitik içinde değerlendirmiştir. Eğitim, insan hakları ve temel özgürlükler gibi temel sorunlara yönelmekle birlikte, milliyetçi, tam bağımsızlığa ısrarla vurgu yapan anti sömürgeci bir söylem geliştirmiştir (Omar, 2008:45). Polisario'nun antiemperyalist ve anti sömürgeci duruşunun şifrelerini Bassiri'nin söylemlerinde aramak mümkündür. Bassiri uzun yıllar Fas, Mısır ve Suriye'de çeşitli düzeylerde eğitim görmüş, dönemin şartlarında dünyayı tanımış bir gazetecidir. Bu ülkelerde kazandığı entelektüel birikimini, liderliğini yaptığı hareketin içeriğine yansıtmayı başarabilmiştir. Nitekim kendisinin tutuklanmasından sonra fikirleri ülkede giderek yaygınlaşmıştır. Ancak başlattığı hareketin tabanının henüz böyle bir sürece hazır olmadığını da eklemek gerekir. Büyük oranda kırsal kesimde yaşayan ve sosyo kültürel açıdan geri bırakılmış bir toplum içinde hareketin örgütlü bir şekilde başarıya ulaşması mümkün olmamıştır. İşte Polisario Cephesi temelinde böyle bir fikir ortamının üzerine inşa edilmiştir (Munene, 2010:183). Bu yönüyle hareket, Fas ve Moritanya'nın aksine modern ve reformcu bir yönde gelişme göstermiştir.

Kurulduğu ilk günden bu yana Polisario Cephesi'nin söylemlerinin temelinde “*self determinasyon*” ilkesi yatar. Bu ilke Moritanya ve Fas irredentizmi de dâhil köklü bir Pan-Arabizm karşıtlığına dayalı bir söylemi içermektedir (Tucker, 2009). Bununla birlikte bu ilke gerçekte özel bir “*Sahrâvî milliyetçiliğine*” vurgu yapmaktadır. Sahrâvî milliyetçiliğinin temelinde aile ve aşiret yatar. Aile ve aşiretler Sahrâvî üst kimliğinin çekirdekleridir. Sahrâvî üst

kimliği ise Arap ve Afrikalı kimliğiyle örtüşen kodlara sahiptir. Kısaca “Mağripilik” olarak tanımlanan bu üçüncü kimlik de doğrudan Müslüman dünyasının bir parçası olmaya tekabül etmektedir (Heya, 2013:33-34). Etnik bir kimlik olarak Sahrâvî milliyetçiliğinin kültürel ve politik derinliği bulunmaktadır. Bu derinlik Polisario Hareketini Afrika’nın genelindeki sömürge karşıtı mücadelelerin bütününden ayırmaktadır. Dolayısıyla Sahrâvî milliyetçiliği modern Afrika milliyetçiliğinin söylemlerinin dışında kalmıştır (Heya, 2013:44).

Söylemlerin çıkış noktası farklı olsa da Sahrâvî toplumunun geleneksel Afrika kültüründen ayrı kalması düşünülemez. Modern bir ulus devletin kurulması için Cephenin karşısındaki en büyük engel geri kalmışlık dışında toplumun ekseriyetinin kırsal kesimde yaşaması ve henüz kentli ve modern bir ulus bilincine ulaşamamasıdır. Polisario’nun bu engelleri aşmak için “Söylem, Uluslararası Tanınma ve Teşkilatlanma” olmak üzere üç temel stratejiyi hayata geçirmiştir. *Söylem stratejisi* verilen mücadelenin Sahrâvî halkına benimsetilmesi ya da aktarılması için kullanılacak temel argümanlardan meydana gelmektedir. Bu argümanlar ise kısaca tam bağımsızlık, (önce İspanya, ardından yerini Fas’ın aldığı) ortak düşman, on yıllara uzanan mülteci kültürü ve bu kültürden beslenmiş ortak kader etrafında yürütülen kutsal savaştır (Martin, 2005:568-569). *Tanınma stratejisi*, verilen mücadelenin uluslararası arenaya aktarılması ve böylece muhataplarını uluslararası alanda sıkıştırmayı ifade eder. Mücadelenin başlangıcından günümüze kadar geçen sürede Polisario Cephesi, büyük küçük ayırmaksızın başta her türlü organizasyona üye olmak için yoğun bir çaba içindedir. Nitekim bu organizasyonlar arasında Afrika Birliği (AfB), Sosyalist Enternasyonal, Dünya Ticaret Birliği Federasyonu (WFTU) gibi üst düzey yapılara da üye olmayı başarmıştır. İlaveten dünyada devlet düzeyinde tanınabilmek için güçlü bir diplomasi de yürütmektedir. Hâlihazırda Libya, Suriye, Yemen, İran, Moritanya ve Mali tarafından resmen tanınmış olup; aralarında Kolombiya, Uruguay, Vietnam, Küba gibi ülkelerin yer aldığı yaklaşık 12 ülke başkentinde büyükelçilik açılmış durumdadır. Polisario’nun üçüncü stratejisini oluşturan *Teşkilatlanma*, ise Cephenin siyasal ve askeri açıdan örgütlenmesini ifade etmektedir. Aynı zamanda diğer stratejilerin beyni sayılan teşkilatlanma, Polisario’nun üzerinde en yoğun olarak durduğu bir aşamadır. Cephenin teşkilat merkezi bugün Cezayir’deki Tinduff Mülteci Kampı’dır. Siyasal teşkilatlanmanın en üst aşaması SADC olmasına karşın, Polisario Cephesi varlığını sürdürmektedir. Kendisini devletin kurucusu ve asli unsuru olarak gören Polisario, siyasal temsil bakımından başka oluşumlara da izin vermemektedir. Nitekim bu durum, bütün anayasalarda da açıkça belirtilmiş ve Cephe temsil yeteneği olan ve bütün vatandaşların üye olmak zorun olduğu tek siyasal kurum olarak tanımlanmıştır. Böylece ortaya bir çeşit devlet partisi çıkmıştır. Batı Sahra’da yer alan bütün kabileler hem SADC’nin doğrudan vatandaşı hem de Cephe’nin doğal üyesidir. Öz yönetim ilkesine göre kurulan her iki siyasal otorite de Tinduff’ta yaşayan mültecilerin geldikleri taşraya göre temsil edilmesi esasına dayanır (Farah, 2012:33). Her yetişkin mülteci Polisario’nun doğal üyesi olup, görevli olduğu

alanla ilgili olarak bir komite içinde faaliyet göstermektedir. Her yerel komitenin kendine verilen görevleri dışında eğitim, sağlık, gıda ve adalet konularında da ilave yükümlülüğü bulunmaktadır. Komiteler cinsiyet eşitliği esasına göre faaliyet yürütmektedirler. SADC'nin parlamentosunda pozitif ayrımcılığa tabi tutulan kadınlar en az %25 oranda temsil edilirken, komitelerinde de özellikle sağlık ve eğitim alanlarında hayli etkin olmaları sağlanmıştır (Lakhal, 2012:50).

Cephenin bir başka önemli teşkilatıysa *Sahrâvî Kurtuluş Ordusu (SKO-SPLA)*'dur. Aynı zamanda SADC'nin silahlı kuvvetleri olarak da tanımlanan SKO, hâlihazırda 3000 ile 6000 kişilik bir kara gücü olarak anayasalarda yerini almıştır (Miller,2014:22). Cephenin diğer alanlarda faaliyet gösteren toplumsal örgütleri de bulunmaktadır. Söz konusu örgütler arasında gençlik kolunu temsil eden *Sahrâvî Gençlik Örgütü (UJSARIO)*, her türlü düzeyde öğrencilerden meydana gelen *Sahrâvî Öğrenci Birliği (UESARIO)* ve kadınlar kolunu temsil eden *Sahrâvî Ulusal Kadınlar Birliği (UNMS)* öne çıkmaktadır. Bu yapılar bir yandan ulus inşacı roller üstlenirken, diğer yandan da uluslararası kuruluşlara temsilciler yollayarak mücadelenin yurt dışında tanınmasını sağlamaktadırlar.

BATI SAHRA'DA BİR DEVLET İNŞASI: SAHRA ARAP DEMOKRATİK CUMHURİYETİ

Batı Sahra'nın bağımsızlık mücadelesi içinde Sahra Arap Demokratik Cumhuriyeti (SADC), 14 Kasım 1975 yılında kurulmuştur. Esasen SADC'nin kuruluşu bir tercihten çok zorunluluk olarak kabul edilmelidir. Daha önceden de belirtildiği üzere yetmişli yılların başında İspanyollar aniden bölgeden çekilme kararı aldılar. Bu durum Polisario açısından bir başarı olarak görülmekle birlikte, bir başka siyasi krizin başlaması anlamını da ifade etmekteydi. Çünkü Moritanya ve Fas, İspanyol işgalinin hemen ardından ortaya çıkan siyasi boşluğu doldurmak üzere devreye girmişlerdi. Bu yeni gelişme, aslında bölgenin bir kere daha başka güçler tarafından paylaşılması anlamına gelmekteydi ve nihai bağımsızlığı sonsuza kadar ortadan kaldıracak daha tehlikeli bir süreç başlatmıştı. İşte SADC, bağımsızlığın tehlikeye atılmasını önlemek ve coğrafyanın bölünmesini engellemek amacıyla ilan edilmiştir.

Ne var ki SADC'nin ilanı, beraberinde pek çok sorunu da getirmiştir. Bu sorunlar içinde belki de en önemlileri kurulacak *devletin merkezi (yani başkenti)*, ikincisi *hukuk düzeni*, üçüncüsü ise *teşkilat yapısıdır*. Bağımsızlık bildirgesinde ve 1982 Anayasasında devletin ilk merkezi Laâyoune olarak ilan edilmekle birlikte, 1991 yılında yapılan ateşkese dayanarak Polisario kontrolündeki Bir Lehlou'ya taşınmıştır. Başkent, 27 Şubat 2008 yılında bir kere daha değiştirilmiş, Tifariti'ye taşınmıştır. Tifariti, bugün hem Polisario'nun ana karargâhı hem de devletin geçici başkenti olarak kabul edilmektedir. Ancak ilan edilen devlet, fiilen Tinduff Mülteci Kampından yönetilmektedir. SADC'nin Tifariti ve El-Aaiún dışında kalan diğer

büyük kentleriye Bir Lehlou, Zug, Dougaj, Agounit, ve Mijek'tir (World ebook library).

SADC'nin kurulmasında ikinci temel sorun ise hukuk düzeninin kurulması ve yerleştirilmesi çabasıdır. Hiç kuşkusuz hukuk düzeni kurmak, meşruiyet arayışından taviz veremeyen bütün bağımsızlık hareketleri için hem zorunlu, hem de zaman isteyen zahmetli bir uğraştır. Zira norm kurallarını yerleştirmek modern bir ulus devletine geçişin önemli bir göstergesidir. Bir devlet olarak SADC'nin kalıcı ve oturmuş bir anayasal sistem kurma arayışları kurulduğu ilk günden bu yana devam etmekte, beş yılda bir yeni bir anayasa kabul edilerek bu sorun aşmaya çalışılmaktadır. Anayasa konusunda SADC'nin sürekli bir arayış içinde olması, bağımsızlık sürecinin geçirdiği aşamalar ile dönemin siyasal şartlarından kaynaklanmaktadır. Soğuk Savaş yıllarında devletin ideolojisi Üçüncü Dünyacılık, Afrikacılık ve Arapçılık gibi kavramlara dayandırılırken, doksanlı yıllara doğru daha Batılı bir karaktere bürünmüştür. İki binli yıllardan günümüze devlet modern ve Batı değerlerine daha da yakınlaştığı söylenebilir. SADC'nin etkin ve kalıcı bir hukuk düzenini kurabilmek için ilk dayanağının 1976 *Bağımsızlık Deklarasyonu* olduğu açıktır. Ne var ki bu deklarasyon, hukuksal norm yaratmaktan daha çok bağımsızlık için yapılan siyasi bir irade beyanı olarak kabul edilmelidir. Bu bağlamda SADC değişen siyasi şartlara uygun olarak devlet erklerini sürekli yenileme ihtiyacı duymuş, ancak tam bağımsızlık talebinden asla ödün vermemiştir.

Anayasal bir hukuk düzeni kurma alanında atılan ilk önemli adım kuşkusuz 1982 Anayasasıdır. Toplamda 5 Bölüm ve 33 maddeden meydana gelen 1982 Anayasası, kendisinden sonra her dört yılda bir yapılan anayasalara da temel oluşturmaktadır. Aynı zamanda SADC'nin en kısa anayasası olma özelliğini taşıyan bu anayasa, pek çok ilkleri içinde barındırmaktadır. Nitekim Anayasaya göre SADC, Sahrâvî halkının kendi kaderini tayin edebilmek amacıyla bağımsızlık mücadelesinin bir sonucu olarak kurulan bir devlet olarak tanımlanmıştır. İlâveten Sahrâvî halkının Arap, Afrikalı ve Müslüman bir kimliğe sahip olduğu vurgulanmakta; Arap ulusu başta olmak üzere tüm halkların birliğine, Afrika'nın siyasal bütünlüğüne hizmet eden; uluslararası dayanışmayı karşılıklı saygı ilişkileri içinde yürütmeyi gözetken, adil bir dünya düzeni için kendisini hizmete adanmış bir devletin kurulduğu dile getirilmektedir. SADC'nin Afrikalı, Arap ve Müslüman kimliği oldukça anlamlıdır. Afrikalı kimliği esasen Bağımsızlık Deklarasyonunda ifade edilen üçüncü dünyacılık ve Afrika sosyalizmine üstü kapalı olarak vurgu yapmaktadır. Devletin Arap ve Müslüman kimliğiyse resmi din, resmi dil ve milli bayrak ile güçlendirilerek bağımsızlık meselesini doğrudan Ortadoğu politikalarının içine sokmaktadır.

1982 Anayasası devletin erklerinin belirlenmesi bakımından da önemli bir düzenlemedir. Modern ve Batı tipi bir devlet olduğunu göstermek amacıyla yasama erki olarak "*Sahrâvî Ulusal Konseyi*" kurulmuştur. Devletin yürütme erkiyse "*Devrim Komuta Konseyi*"dir. Konsey, egemenliğin kullanılmasından,

vatana ihanet nedeniyle yargılamaya kadar çok geniş bir yetkiyi elinde tutmaktadır. Cephenin Genel Sekreteriye aynı zamanda hem yürütmenin başı olarak (Cumhurbaşkanı) kabul edilmiştir. Cumhurbaşkanı görevlerini doğrudan atadığı Başbakan ve Bakanlardan oluşan bir Hükümet aracılığıyla yerine getirmiştir. Bakanlara yardımcı olmak amacıyla Devlet Sekreterlerinin de bulunduğu Hükümetin başlıca görevi, devletin genel politikaları yürütmek, Cephe Genel Kongresi tarafından hazırlanan programları gözetmek ve genel bütçeyi hazırlamaktır. Anayasada dikkati çeken bir başka husus ise Polisario Cephesi'nin askeri kanadıdır. Anayasada devletin yargı erkine görevler ayrılığına göre teşkilatlanmış bağımsız mahkemelerden meydana gelmektedir. Buna göre Yargı Konseyi, Mahkemeler ve Devlet Güvenlik Mahkemeleri devletin yargı erkini oluşturan kurumlardır. İlaveten 1982 Anayasası, Devlet Güvenlik Mahkemelerini Devrim Komuta Konseyi'ne bağlayarak özel bir mahkeme statüsüne sokmuştur. 1982 Anayasasında dikkat çeken başka bir husus ise Polisario Cephesinin devletin kurucusu ve tek yasal temsilcisi olarak tanımlanmasıdır. Cephenin askeri kanadı olan "*Sahrâvî Ulusal Halk Ordusu (SUHO-ELPS)*" aynı zamanda devletin silahlı kuvvetlerini oluşturmaktadır. Modern bir devletin ilk adımlarının atıldığı anayasa ayrıca sosyal adaletçilik, temel hak ve özgürlükler, eşit vatandaşlık gibi konuları da hüküm altına almıştır.

SADC'nin devlet kurma sürecinde kabul ettiği ikinci anayasa ise 19 Haziran 1991'de kabul edilen "*1991 Anayasası*"dır. Bir önceki anayasadan geniş ve daha radikal düzenlemelerin bulunduğu bu anayasa, 8 Ana Bölüm içinde 97 ve Geçici Hükümler Bölümü içinde 6 Madde olmak üzere toplamda 103 maddeden meydana gelmiştir. Soğuk Savaş sonrasının etkilerinin hissedildiği anayasa bağımsızlık mücadelesini öne çıkarmakla birlikte sosyalizm vurgusu yerine ekonomik ve sosyal kalkınmaya odaklı, demokratik ve sosyal bir cumhuriyet vurgulanmıştır. Devlete yapılan bu vurgu hukukun üstünlüğüne duyulan inanç ile güçlendirilmiştir. Devletin başkentinin ilk defa ve açıkça El-Aaiún olarak belirtildiği Anayasa, aynı zamanda ülke topraklarının idari taksimatını da yaparak "Wilayas" ve "Dairas" teşkilatları biçiminde ayırmıştır. Biçimsel açıdan ele alındığında 1991 Anayasasının modern ve Batı tipi bir devlet kurgusunu geleneksel ve İslami usullerle harmanlayarak yerleştirmeyi amaçladığı görülmektedir. Erklar ayrımı çerçevesince Yasama, *Parlamento* olarak adlandırılan ve dört yılda bir Wilayas'lardan nüfusa göre seçilen temsilcilerden meydana gelen meclis tarafından yürütülecektir. Parlamento bir yandan kendisine verilen Yasama yetkilerini kullanırken; diğer yandan da Yürütmeyi denetleme yetkisini de elinde tutmaktadır. Yürütme Erkiyse *Cumhurbaşkanı* ve *Hükümet* olmak üzere ikili bir yapıdan meydana getirilmiştir. *Cumhurbaşkanı* hem devletin başı hem de Cephe'nin Genel Sekreteridir. Cephe Genel Kongresi tarafından üç yıllığına ve en fazla iki dönem için seçilmesi esasa bağlanmış ve görevleri sayma yoluyla belirtilmiştir. Yürütmenin diğer kanadını oluşturan *Hükümet* ise Cumhurbaşkanı, Başbakan ve Bakanlardan meydana gelmiştir. Anayasaya göre Yasama ile Yürütme arasındaki ilişkilerde karşılıklı denge esastır. Parlamento Hükümet çalışmalarını güvenoyu

yöntemiyle denetlerken, Cumhurbaşkanına ise Parlamento'yı feshetme ve seçimleri yenileme yetkisi tanınmıştır. Anayasaya göre Yargı erkine *Yüksek Mahkeme*, *Temyiz Mahkemesi*, *Devlet Savcısı* ve *alt mahkemelerden* oluşan ve hâkimlerinin anayasal güvence altına alındığı bir yapıdan meydana gelmektedir. Erklar arasındaki ilişkilerin sağlıklı olarak yürütülmesi amacıyla 1991 Anayasası *Anayasa Konseyi* adı altında özel bir teşkilatın kurulmasını öngörmüştür. Seçimlerin düzenli olarak yapılması ve kanunların anayasaya uygunluğunu denetleyen bu Konsey, herhangi bir görev almamış, dört yıllık süreyle görev yapacaktır. Polisario Cephesi'nin anayasal statüsü sivil ve askeri kanadıyla birlikte korunmuştur.

SADC'nin Anayasacılık alanındaki üçüncü deneyimi ise 26 Ağustos 1995 tarihinde kabul edilen "1995 Anayasası"dır. Cephenin 9. Genel Kongresi'nde kabul edilen bu Anayasa genel olarak bir öncekinin devamı olmakla birlikte devleti yine İslami esaslardan ilham alınan demokratik ve sosyal bir cumhuriyet olarak tanımlanmaktadır. Toplamda 7 bölüm ve 120 maddeden meydana gelen 1995 Anayasası özgürlük, demokrasi ve birlik sloganını açıkça deklare ederken; güçler ayrılığına saygı duyan, cumhuriyetçi bir cumhurbaşkanlığı sistemini kabul etmiştir. Temel hak ve özgürlükleri ile devletin sosyal ve ekonomik görevlerini garanti altına alan ve kişi ödevlerini açıkça tanımlayan Anayasa, Arapçayı resmi dil olarak kabul etmekte; aileyi toplumun temel birimi olarak görmekte, ahlak ve din kurallarını bir kere daha vurgulamaktadır.

Öncekinden farklı olarak Yasama organının adı *Sahrâvî Ulusal Konseyi* olarak başlıklandırılmıştır. Wilayas'lardan 18 aylığına seçilen ve 101 üyeli Konseyin görev ve yetkileri sayma yoluyla belirtilmiştir. Yürütme erkini *Cumhurbaşkanı* ve *Hükümet* olmak üzere düalist bir anlayışla yürütülmesi alışkanlığı devam etmektedir. Cephe Genel Sekreterinin Cumhurbaşkanı olarak görevlendirilmesi esası yine korunmuştur. Bununla birlikte Anayasa, Cumhurbaşkanına Hükümet üyelerinin tamamı yerine sadece Başbakanı ataması ve Bakanların Başbakan tarafından belirlenip, Cumhurbaşkanı onayına sunulması esasını getirmiştir. Bir önceki anayasada Cumhurbaşkanına verilen yetkiler ve görev süresi aynen korunmuştur. Yürütmenin icracı kanadı olan Hükümet'in görev ve yetkilerindeyse önemli değişiklikler yapılmıştır. Buna göre Cumhurbaşkanı Hükümet üyesi olmaktan çıkarılmış; Başbakan ve Bakanlardan oluşan bir yapıya dönüştürülmüştür. 1995 Anayasası Yasama-Yürütme dengesinde de bazı değişiklikler yapmıştır. Buna göre hükümetin düşürülmesini zorlaştırmak amacıyla 2/3 çoğunluk ilkesi getirilmiş, Cumhurbaşkanının parlamento'yı feshetme yetkisi hükümetin üç defa kurulamaması gibi temel bir gerekçeyle sınırlandırılmıştır. Ayrıca Cumhurbaşkanı ve Hükümet üyelerine parlamentoda oy hakkı olmaksızın konuşma yapma yetkisi de verilmiştir. Anayasanın Yargı erki üzerine belirlediği hükümlerde de bazı değişiklikler gözlemlenmektedir. Yargının bağımsızlığı aynen korunurken, yargı sisteminin başı olarak *Yüksek Mahkeme* kabul edilmiştir. Yüksek Mahkemenin başının Adalet Bakanının önerisi ve Cumhurbaşkanının atamasıyla göreve getirilmesi hükme bağlanmıştır. Önceki anayasada kurulan *Anayasa Konseyi*'nin bu anayasada da aynen korunduğu belirlenmiştir.

SADC'nin dördüncü anayasal deneyimi Cephinin 10. Büyük Kongresi sonucunda 4 Eylül 1999'da kabul ettiği 1999 Anayasası'dır. 1999 Anayasası toplamda 12 Bölüm ve 133 maddeden meydana gelmiştir. 1999 Anayasası kendisinden öncekilerden farklılıklar göstermektedir. Bu bağlamda ilk göze çarpan özelliğin Evrensel İnsan Hakları Bildirgesi ile Afrika İnsan Hakları Bildirgesi'ne doğrudan vurgu yapmasıdır. İlk defa bu anayasayla temel hak ve özgürlükler sadece kendisiyle değil, aynı zamanda uluslararası normlarda garanti altına alınmıştır. Bağımsızlık sonrasında demokratik bir topluma geçişin garantisini veren anayasa modern bir ulus devlete de güçlü vurgu yapmaktadır. Ailenin toplumun en temel birimi olarak görülmesi, İslamiyet'in temel hukuk normlarına kaynaklık edeceği esası aynen korunurken; devlet yine Afrika ve Arap uluslar dünyasının bir parçası olarak tanımlanmıştır. Halk egemenliği kavramına sıklıkla vurgu yapan Anayasa, devleti halk, demokrasi ve birlik olmak üzere üç ana slogan altında tanımlayarak, ulusların kendi kaderlerini tayin hakkını hüküm altına almıştır. 1999 Anayasası'nda belirlenen bir başka yeni düzenlemeye yerel yönetimler alanındadır. "Baladiat (Bölge Yönetimi)" adı altında yeni bir yerel yönetim birimi bu anayasayla taşra teşkilatı içine sokulmuş ve taşra örgütlerine mal edinme hakkı tanınmıştır. Anayasaya göre devletin görev ve sorumluluklarında da gözle görülür bir artış bulunmaktadır. Buna göre temel hak ve özgürlükleri korumanın yanı sıra salgınlarla mücadele, kadınlara pozitif ayrımcılık ve şehit ailelerine destek gibi alanlarda görev ve sorumluluk üstlenmiştir. İlâveten ilköğretim zorunlu ve parasız hale getirilmiştir. Yine anayasaya göre bağımsızlık sonrasında piyasa serbestisi ve girişim özgürlüğüne geçilmesi de vaad edilmiştir.

1999 Anayasası erkler ayrımı konusunda önceliği Yürütmeye vermiştir. İki kanattan oluşması öngörülen Yürütme erki içinde Cumhurbaşkanı ifadesi yerine *Devlet Başkanı* tanımı tercih edilirken, Cephe Genel Sekreterinin aynı zamanda Devlet Başkanı olarak görev yapması anlayışı tekrarlanmıştır. Önceki anayasada verilen görev ve yetkilerin aynen korunduğu bu anayasa içinde Devlet Başkanının özellikle Başbakanı yetki devrinde bulunmasına izin verilmemiştir. Yürütmenin icracı kanadını oluşturan *Hükümet* ise yine Başbakan ve Bakanlardan oluşan ve Devlet Başkanına karşı sorumlu olan üyelerden meydana gelmiştir. Hükümetin niteliklerinin, bakanlıkların örgütlenmesinin yasayla düzenleneceği hükmüyle birlikte, hükümet üyelerine Devlet Başkanı önünde yemin etme zorunluluğu da getirilen yeniliklerden birisidir. Anayasaya göre Yasama erki *Sahrâvi Ulusal Konsey* eliyle yerine getirilir. Yasama erkinin görev ve sorumlulukları ile çalışma esasları ve üyelerinin belirlenmesi süreçleri köklü biçimde değiştirilmiştir. Bu bağlamda en çok radikal değişikliğin Yasama erki üzerinde olduğunu ileri sürmek yanlış olmaz. Üye sayısının 51'e indirilmiş, görev süresiyle 18 ayla sınırlandırılmıştır. Konsey üyelerinin üst üste en fazla iki defa seçilebileceği hükme bağlanırken, üçüncü defa seçilebilmek için en az bir dönem beklemesi kuralı getirilmiştir. Parlamento'nun yasama yapabileceği konular sayma yoluyla açık ve detaylı biçimde belirlenmiş ve kanun teklifi için azami 10 milletvekili şartı getirilmiştir. Hükümetin denetlenmesi usullerinin açıkça tanımlandığı anayasada

hükümet üyelerine sözlü ve yazılı soru sorma yetkisi tanınmıştır. 1999 Anayasası, Yargı erkinde de önemli değişikliklere gitmiştir. Buna göre mahkemelerin yapı ve işlevlerinin kanunlarla belirlenmesi hükme bağlanmıştır. Yüksek Mahkeme Yargı erkinin en üst makamı olarak yerini korurken, *Adalet Konseyi* uygulamasına geçilmiştir. Polisario Cephesi'nin anayasal konumu aynen korunmuş, her 18 ayda bir yerel siyasi konferanslar yapılması hükme bağlanmıştır. Böylece Cephenin faaliyetleri anayasal düzende genişletilmiştir. Nihayet Anayasanın getirdiği son yeni düzenlemeye *Milli Bayramlar* hükmüdür. SADC'ın ilanı, Şehitler Günü, Polisario Cephesi'nin kuruluşu gibi önemli günler anayasa da ifade edilmiştir. Bu hükümden Anayasanın ısrarla ulusal devlet anlayışına vurgu yaptığı söylenebilir.

SADC'nin son anayasal deneyimi⁵ ise Cephe'nin 14. Büyük Kongresi sonrasında 20 Aralık 2015 tarihinde kabul ettiği ve halen yürürlükte olan 2015 Anayasası'dır. Toplamda 5 Bölüm ve 147 maddeden meydana gelen Anayasa halk egemenliği kavramını korumakla birlikte, Sahrâvî toplumunu Arap, Afrikalı ve Müslüman kimlik çerçevesinde tanımlamaktadır. Özgürlük, demokrasi ve birlik sloganını kabul eden Anayasa, Baladiat, Wilayat ve Dawair olmak üzere üçlü bir taşra idaresini hükme bağlamıştır. Anayasa, kendisinden önceki anayasada yer alan temel hak ve özgürlükler ile dış politikadaki temel politika usullerini tekrarlamıştır. Anayasaya göre SADC sosyal bir devlettir. Bu amaçla devletin görevleri artırılarak genişletilmiştir. Devletin görevleri genişlerken anayasa vatandaşlara da sadakat, kamu hizmetlerine katılım, vergi ve askerlik gibi ödevler yüklemiştir. Yine anayasa devletin bağımsızlıktan sonra piyasa ekonomisine ve çoğulcu demokratik düzene geçeceğini hükme bağlamıştır.

Anayasaya göre Yürütme erkinin başı *Cumhurbaşkanı*'dır. Cumhurbaşkanının Genel Kongre tarafından doğrudan ve gizli oyla seçilmesi hükme bağlanmış; böylece Cephe Genel Sekreterinin Cumhurbaşkanı olması uygulamasına son verilmiştir. Devletin ve Hükümetin başı olarak Cumhurbaşkanının görev ve yetkileri sayma yoluyla belirtilmiştir. Bu bağlamda Cumhurbaşkanının görev ve yetkilerini Yasama, Yürütme ve Yargı erkleriyle ilgili görevler ile dış politikaya yönelik görevler olarak ayırmak mümkündür. Yürütmenin icracı kanadını oluşturan *Hükümet* üyeleri Başbakan ve Bakanlardan oluşmaktadır. 2015 Anayasası bir önceki anayasada hükme bağlanan Hükümet sistemini, görev ve yetkilerini olduğu gibi benimsemiştir. Yasama erki olan *Sahrâvî Ulusal Konseyi*'nde köklü değişikliklere gidildiği görülmektedir. Bu bağlamda yapılan ilk düzenleme Konseyin görev süresi ve üye sayısı hakkındadır. Buna göre parlamentonun görev süresi Cephe Büyük Kongresinin yapıldığı dört

⁵ Esasen 2015 Anayasası altıncı anayasadır. Polisario Cephesi 31 Ekim 2003 tarihindeki 11. Büyük Kongresinde 2003 Anayasasını yürürlüğe soktuğunu ilan etmiştir. Bununla birlikte 2003 Anayasası incelendiğinde 1999 Anayasasının aynen kabul edildiği görülmektedir. Bu nedenle 2003 Anayasası ayrıca incelemeye alınmamıştır. 2003 Anayasasının Arapça tam metni için ayrıca bkz. <https://web.archive.org/web/20071031153046/http://www.rasd-state.ws/constitucion.htm> (Erişim Tarihi: 23.08.2018)

yıla çıkarılmış, üye sayısı ise 53 olarak belirlenmiştir. Seçilme şartlarının da ilk defa açıkça düzenlendiği Anayasada seçimlerden sonraki ilk toplantının başkanı olarak Cumhurbaşkanı işaret edilmiştir. Yedek üyelik sistemi getirilerek, milletvekilliğinin boşalması halinde en fazla oy alan diğer adayın, kalan görevi tamamlaması gerekmektedir. Anayasaya göre Konseyin görev ve yetkileri sayma yoluyla belirtilmiştir. 2015 Anayasası'na göre Yargı erkinin yapısı ve faaliyetleri olduğu gibi korumuştur. Bununla birlikte mahkemelerin Anayasa, Temyiz ve Asliye Mahkemelerinden meydana getirilmesi ve en tepede *Yüksek Adalet Konseyi*'nin yer alması hükme bağlanmıştır. 2015 Anayasası'nın hükme bağladığı son kurumsal yapı da *Anayasa Konseyi*'dir. Konseyin yapısı ve görevleri sayma yoluyla belirlenmiştir. Son olarak Anayasa, milli bayramlar ve özel günlere ilave olarak dini bayramları da eklemiştir.

SONUÇ YERİNE: BATI SAHRA'NIN GELECEĞİ

Batı Sahra jeopolitik konumu, yer altı ve yer üstü kaynakları bakımından tarih boyunca Afrika'nın en çok göze batan merkezlerinden birisi olmuştur. Daha Antik çağlarda Fenikelilerin deniz üslerini kurmaya başladıkları bölge 15. yüzyıldan itibaren önce Batı'nın; 20. yüzyılda da bizzat Afrikalı ulus devletlerin nüfuz paylaşımına sahne olmuştur. Buna karşın Batı Sahra halkı yüzlerce yıl kendini savunarak, tam bağımsızlık mücadelesini hem Batılı hem de Afrikalı sömürgecilere karşı sürekli diri tutabilmiştir. Yetmişli yılların başından itibaren Polisario Cephesi ile örgütlü hale gelen bu mücadele, aynı yıllarda Sahra Arap Demokratik Cumhuriyeti (SADC)'nin kurulmasıyla kurumsal bir yapıya ulaştırılmıştır.

Ne var ki Polisario Cephesi ve kurduğu SADC'ni, sadece bağımsızlık için kurulan yapılar olarak tanımlamak eksik bir yaklaşımdır. Kuşkusuz mücadeleyi ulusal bir harekete dönüştüren ve bölgede yaşayan aşiretleri birleştiren Polisario Cephesi'dir. SADC ise Batı sömürgeciliğinin sona ermesinin ardından bölgenin Moritanya ve Fas gibi komşuları tarafından paylaşılmasını önlemeye yönelik stratejik bir hamle çerçevesinde ilan edilen bir yapıdır. Bu hamle, bir yandan mücadeleyi nihai bağımsızlığa kavuşturacak devlet hedefine erkenden ulaştırmayı sağlamış; diğer yandan da Sahrâvî toplumuna ulus olmanın kapılarını aralamıştır. Dahası yürütülen mücadele SADC vasıtasıyla uluslararası kamuoyunda kolayca duyurulabilmiş, bölgenin tek siyasi muhatabının Sahrâvî toplumu olduğunu gösterebilmiştir. Nitekim SADC, hâlihazırda BM üyesi olmamakla birlikte kırktan fazla devlet tarafından tanınan, Afrika Birliği gibi uluslararası kuruluşlara doğrudan üye olan ilginç bir siyasal otorite örneği olarak karşımızda durmaktadır.

SADC'nin bağımsızlık mücadelesindeki bu başarısı sadece bir devlet olarak kurulmasıyla sınırlı değildir. Aynı zamanda SADC modern ve Batı tipi bir devlet olarak hem Kıtada hem de Müslüman dünyasında özel bir yere sahiptir. Nitekim bu özelliği yürürlüğe giren anayasalarında da belirgin biçimde

gözlenmektedir. Her ne kadar 1976 Bağımsızlık Deklarasyonu'nda Üçüncü Dünyacılık ve Afrikacılık gibi kavramlar öne çıkarılsa da bunun dönemin uluslararası şartlarından kaynaklandığını söylemek mümkündür. Hangi şartlarda bulunursa bulunsun SADC, günümüze kadar geçen zamanda hem teşkilat hem de işleyiş yönünden giderek Batı tipi modern bir devlet olma yolunda çok önemli mesafeler almıştır. Özellikle 2015 Anayasası bu niyetle yapılan düzenlemelerin en çarpıcı örneğini vermektedir. Nitekim mevcut anayasayla Cumhurbaşkanının doğrudan halk tarafından seçilmesi uygulamasına geçilmiş; Cephe Genel Sekreterinin Cumhurbaşkanı olarak görevlendirilmesi yöntemine son verilmiştir. Böylece Cephe ile devlet arasındaki organik ilişkinin önüne geçilmek istenmiştir. Benzer niyet parlamento seçimlerinde ve hükümet uygulamalarında da görülmektedir.

Ne var ki yeni sistemin işleyişi söz konusu olduğunda SADC'nin modern bir demokrasiye ulaşmaktan henüz uzak olduğu da belirtilmelidir. Modern bir demokrasinin en önemli koşullarından birisi olan çoğulculuk ve katılımcılık kavramı Batı Sahra için henüz uzak bir noktadadır. Zira Polisario Cephesi hem işlevsel hem de hukuksal olarak ülkenin tek anayasal temsilcisidir. Bir başka deyişle Cephe dışında Batı Sahra toplumu içinde siyasal açıdan temsil yeteneğine sahip başka bir oluşuma izin verilmemektedir. Bu durum uluslararası kamuoyunda çoğulculuğu ve katılımcılığı engellemesi bakımından eleştirilmektedir.

Polisario'nun Sahrâvî toplumu içindeki siyasal ağırlığı ulus kurma ve bağımsızlık mücadelesinin başarıyla yürütülmesinde önemli avantajlar sağlarken, mücadelenin geleceği açısından bir başka eleştirinin de kaynağını teşkil etmektedir. Kendisini bağımsızlık mücadelesinin önderi ve SADC'nin kurucu unsuru olarak gören Cephe, zaman zaman dış politikada doğrudan inisiyatif almaktadır. Bu inisiyatifin boyutuysa uluslararası alanda bazı ülkeler ve organizasyonlarla kurulan ilişkilerde SADC Hükümetlerinden bağımsız hareket etmesidir. Bu durum sıklıkla Fas tarafından kullanılmakta ve uluslararası kamuoyunda eleştirilere neden olmaktadır. Nitekim bu konuda en son polemik 2018'in Mayıs ayında yaşanmıştır. Fas, Polisario'nun İran Hizbullahından askeri ve teknik yardım aldığı ileri sürerek, İran'la diplomatik ilişkileri kestğini açıklamıştır (AlJazeera, 2018). Her iki taraf da bu ilişkiyi açıkça yalanlasa da Cephe'nin geçmişte de benzeri suçlamalarla karşı karşıya kaldığı göz önüne alındığında bağımsızlık mücadelesine büyük ölçüde zarar vermektedir.

Batı Sahra sorununun geleceğinde ve nihai çözümünde belirtilmesi gereken bir başka husus ise uluslararası kamuoyunun konuya yaklaşımıdır. İspanyol işgalinden bu yana bölge neredeyse iki yüzyıldır ağır bir savaş ve siyasi kriz coğrafyası olarak anılmaktadır. Dolayısıyla iç politikada olduğu kadar dış politikada da bu durum artık kanıksanmış ve bir "*parati ad statum discriminis*"⁶

⁶ Krizin kanıksanması durumu.

haline dönüşmüştür. İşte bu vaziyet Batı Sahra sorununun çözümünde en büyük engellerden birisini teşkil etmektedir. Artık bölgede taraflar belli olmuştur ve deyim yerindeyse taşlar yerine oturmuştur. Dolayısıyla krizin çözülmesi yakın zamanda mümkün görünmemektedir. Batı Sahra'nın böyle bir kriz ortamı içinde bulunması, bölgeyle ilgilenen tarafların aralarındaki çıkar çatışmalarından kaynaklanmaktadır. Fas Polisario Cephesi'ni kökten dinci ve radikal bir terör örgütü olarak görmekte ve SADC'ni tanımamaktadır. İlaveten bölgeyi kendi doğal siyasi ve kültürel uzantısının bir parçası olarak görmektedir ve ancak federasyon ya da özerklik koşulları içinde kesin çözüme razı olacağını deklare etmektedir. Fas'ın önerisi aynı zamanda stratejik müttefiki olan ABD ve İngiltere tarafından açıkça desteklenmektedir. AB ise konuya ticari ilişkiler çerçevesinden bakmakta ve sorunun çözümünde BM kararlarının geçerli olmasını önermektedir. Bununla birlikte zaman zaman Fas'tan yana tavır aldıkları da görülmüştür. Dünyanın diğer önemli güçlerinden sayılan Rusya, Fas'ı muhatap alırken, Çin ve Japonya gibi ülkeler bölgeye karşı son derece ilgisizdir. SADC'ni destekleyen ülkeler ise daha çok Kıta ülkeleri ve Latin dünyasıdır. Tinduf Mülteci Kampı'nın bulunduğu Cezayir, sorunu Fas ile bölgesel rekabet ekseninde ele aldığından Polisario Cephesi ve SADC Hükümetinin en büyük destekçisidir. Benzer şekilde Güney Afrika coğrafyasında yer alan ülkelerin de SADC'ni tanıyıp, doğrudan diplomatik ilişkiler kurdukları görülmektedir. Demek oluyor ki uluslararası denklemin bu denli karmaşık olduğu bölgede SADC, Fas ve Cezayir çözümün en önemli muhatapları arasındadır.

Müslüman dünyası açısından Batı Sahra sorunu oldukça karmaşık bir durumdadır. Suriye dışında Arap Ligi ülkelerinin özellikle de Suudi Arabistan'ın Fas'tan yana tavır koyduğu açıktır. Bölgeyi Fas'ın bir parçası olarak gören Arap Ligine karşı İran, SADC'nden yana tavır koymuş ve ülkeyi resmen tanımıştır. Türkiye ise Batı Sahra sorununa mesafeli bakmaktadır. SADC ile doğrudan diplomatik ilişkiler kurmaktan kaçınan Türkiye, sorunun karşılıklı güven ve anlayışla çözülmesini istemektedir.

Batı Sahra sorununun karmaşık ve çözümsüz kalmasının bir başka nedeni de bölgenin doğal kaynaklarıdır. Deniz kaynaklarının yanı sıra ülkede işletilen zengin fosfat yatakları dünyanın dikkatini bölgeye çekmekle birlikte, nihai çözümün üretilmesinde belirleyici olamamaktadır. Zira bölge, özel temsilci Baker'ın da dediği gibi "bir Kuveyt değildir" (Shelley, 2004: 199). Bu nedenle de hiçbir uluslararası barış gücünün bölgeye yerleşmesi de mümkün gözükmemektedir. Elbette ki Baker'ın bu söylemi bölgenin petrol, doğalgaz, elmas veya altın gibi zengin rezervlere sahip olmadığı imasını taşımaktadır. Üstelik bu ima, Batı Dünyasının Batı Sahra'ya nereden baktığının ve mevcut çözümsüzlüğün uzunca bir süre daha devam edeceğinin de özel bir mesajıdır. Dünyanın pek çok yerinde olduğu gibi Batı Sahra coğrafyasında da çözümün büyük ölçüde enerji kaynaklarına angaje olduğu açıktır. Nitekim son yıllarda bölgede doğalgaz ve petrol arama çalışmaları başlatılmış, ancak henüz sonuçlandırılmamıştır. Sonuç

olarak petrol ve doğal gaz gibi zengin kaynakların belirleyiciliği dışında bölgenin geleceğinin uzunca bir süre daha mevcut haliyle devam edeceği ortadadır.

KAYNAKÇA

Aljezeera (2018). Morocco accuses Algeria of supporting Iran in Western Sahara feud. <https://www.aljazeera.com/news/2018/05/morocco-accuses-algeria-supporting-iran-western-sahara-feud-180513073052685.html> (Erişim Tarihi: 10.06.2018).

Ambrosso, G. & Hilal, Y. (2013). *Bridge over troubled desert: A review of the UNHCR Confidence Building Measures Programme in the Western Sahara Territory and in the refugee camps near Tindouf*. Geneva: UN High Commissioner For Refugees Policy Development And Evaluation Service (PDES).

Arief, A. (2012). *Western Sahara*. CRS Report for Congress RS20962 7-5700, Washington, USA.

Besenyö, J. (2009). *Western Sahara*. Hungaria: Poblikon Publishers.

Besenyö, J. (2010a). Western-Sahara under the Spanish Empire. *AARMS*, 9 (2), (195-215).

Besenyö, J. (2010b). Sahrâvî refugees in Algeria. *AARMS*, 9 (1), 67-78.

Brecher, M. & Wilkenfeld, J. (1997). *A study of crisis*. USA: Michigan University Press.

CIA. The World Factbook Africa: The Western Sahara. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/wi.html> (Erişim Tarihi: 07.03.2017).

Dunmire, B. R. (2009). North Africa, *Understanding Africa: A geographic approach*. A.Richmond, Krakowka ve Laurel J. Hummel (Ed.), içinde (ss.1-19). US: Military Academy, West Point, New York.

Duman, S. (2012). Berlin Kongresi. 38. *ICANAS Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi (10-15 Eylül 2007) Tarih ve Medeniyetler Tarihi, Cilt:III, Bildirileri* içinde (ss.1183-1190), Ankara: Ankara Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları.

Farah, R. (2012). Knowledge in the service of the cause: Education and the Sahrâvî struggle for self-determination. *Refuge: Canada's Journal on Refugees*, 27 (2), 30-42.

Harris, G. (1994). *Organization of African Unity*. Vol.7, UK: Clio Press.

Heya, Y. (2013). *Political opinion and national identity: Dilemma of the Sahrâvî ethnic unity after 38 years of diaspora*. (Unpublished Master's Thesis). Social Sciences and Education University of Tromsø, The Faculty of Humanities, Norway.

IBP (2013). *Western Sahara Business Law Handbook*. Vol:1, USA: International Business Publications.

Independent, (05.03.2011). Malta to host meeting on disputed Western Sahara territory. <http://www.independent.com.mt/articles/2011-03-05/news/malta-to-host-meeting-on-disputed-western-sahara-territory-288712/> (Erişim Tarihi: 02.12.2017).

International Court of Justice, (1975). *Western Sahara Advisory Report*. (16.10.1975). <https://www.icj-cij.org/files/case-related/61/061-19751016-ADV-01-08-EN.pdf>, (Erişim Tarihi: 11.12.2017).

King, S. J. (2006). The emergence and politics of the Polisario Front. *Perspectives on Western Sahara*, içinde (ss.71-91), Anouar Boukhars and Jacques Roussellier(Ed), UK: Rowman-Littlefield Press.

Lakhal, M. (2012). An independent Western Sahara State is the solution. *Capitalism Nature Socialism*, 23 (24), 40-51.

Lamiri, A. A. (2014). *Development of the peace process in the Western Sahara Conflict*. (Unpublished Master Thesis). U.S. Army Command and General Staff College, Faculty of the Military Art and Sciences, USA.

La Porte, P. (2016). Humanitarian assistance during the Rif War (Morocco, 1921–6): The International Committee of the Red Cross and an unfortunate affair. *Historical Research*, 89 (243), 113-135.

Lipski, J.M. (2001). *The Spanish of Equatorial Guinea: Research on La Hispanidad's best-kept secret*. <http://www.personal.psu.edu/jml34/eg.pdf> (Erişim Tarihi: 11.12.2016).

Martin, P.S. (2005). Nationalism, identity and citizenship in the Western Sahara. *The Journal of African Studies*, 10 (3-4), 565-592.

Miller, L. G. (2014). *The Polisario Front and the World: Leveraging international support for Sahrâvî self-determination*. Report for Master of Arts, The University of Texas at Austin, Faculty of the Graduate School (May 2014). USA.

Miller, S. G. (2013). *A history of Modern Morocco*. USA, Cambridge University Press.

Morina, F. I. (2016). *Moroccan foreign policy under Mohammed VI 1999-2016*. USA, Routledge Press.

Mundy, J. (2010). Algeria and the Western Sahara dispute. *The Maghreb Center Journal, Spring/Summer*, (1), 1-14.

Munene, M. (2010). Multiple colonialism in Western Sahara. *Journal of Language, Technology & Entrepreneurship in Africa*, 2 (2), 178-195.

Olsson, C. (2006). The Western Sahara conflict – Chronology. *The Western Sahara conflict the role of natural resources in decolonization*. içinde (ss.5-9). Claes Olsson (Ed.), Sweden: Nordiska Afrikainstitutet, (Current African Issues, No:33).

Omar, S. M. (2008). The right of self-determination and the indigenous people of Western Sahara. *Cambridge Review of International Affairs*, 21 (1), 44-45.

Pennel, C. E. R. (1979). *A critical investigation of the opposition of The Rifi Confederation led by Muramm Bin Abd Al-Karim Al-Khattabi to Spanish colonial expansion in Northern Morocco 1920-1925 and its political and social background*. (Unpublished Doctorate Thesis). University of Leeds, Department of Semitic Studies, UK.

Permanent Mission of Kingdom of Morocco, (2004). <http://www.mission-maroc.ch/en/pages/253.html> (Erişim Tarihi: 15.01.2017).

SADC 1982 Anayasası. http://www.usc.es/export9/sites/webinstitucional/gl/institutos/ceso/descargas/Constitution-RASD_1982_fr.pdf (Erişim Tarihi: 22.08.2017).

SADC 1991 Anayasası. <https://engconstitution.files.wordpress.com/2013/04/constitucion-politica-de-la-rasd-1991.pdf> (Erişim Tarihi:22.08.2018).

SADC 1995 Anayasası. <http://citizenshiprightsafrika.org/1995-constitution-de-la-rasd/> (Erişim Tarihi:22.08.2018).

SADC 1999 Anayasası. <http://www.arso.org/03-const.99.htm> (Erişim Tarihi:11.12.2016).

SADC 2015 Anayasası. http://www.usc.es/export9/sites/webinstitucional/gl/institutos/ceso/descargas/RASD_Constitution-of-SADR-2015_en.pdf (Erişim Tarihi:23.08.2018).

Sahara Press Service (2017). Polisario Front becomes consultative member of Socialist International Association. (04.03.2017). <https://www.spsrasd.info/news/en/articles/2017/03/04/7511.html> (Erişim Tarihi:05.04.2017).

Seligmann, A. L (1982). The Western Sahara: A decolonization dilemma. *18th Session Senior Seminar in Foreign Policy, Department of State, USA*. <https://nautilus.org/wp-content/uploads/2012/09/767-Albert-L.-Selig-mann.pdf> (Erişim Tarihi:11.02.2017).

Shelley, T. (2004). End game in the Western Sahara. USA: Zedbooks Inc.

Smith JR, M. A. A. (1977). Sovereignty over unoccupied territories-The Western Sahara decision, case western reserve. *Journal of International Law*, 9 (1), 135-159.

SSI- Strategic Studies Institute (2013). *War and Insurgency in the Western Sahara*. Staff Researcher. <http://ssi.armywarcollege.edu/pdffiles/pub1152.pdf> (Erişim Tarihi:.20.03.2018).

Souare, I. K. (2007). Western Sahara: Is there light at the end of the tunnel?. Institute For Security Studies, Paper 155, (1-6).

Stephan M. J. & Mundy, J. (2006). A battlefield transformed: From guerilla resistance to mass nonviolent struggle in The Western Sahara. *Journal of Military and Strategic Studies, Spring*, 8 (3), 1-32.

The American Journal of International Law (1912). Treaty between France and Spain concerning Morocco. *The American Journal of International Law*, 6 (2), Supplement: Official Documents (IV), (116-120).

Theofilopoulou, A. (2006). *The United Nations and Western Sahara a never-ending affair, United States Institute of Peace Special Report*. (July), <https://www.usip.org/sites/default/files/sr166.pdf> (Erişim Tarihi:10.02.2017).

Tucker, L. (2009). *Remember the Western Sahara? Conflict, irredentism, nationalism and international intervention*. <http://www.e-ir.info/2009/08/07/remember-the-western-sahara-conflict-irredentism-nationalism-and-international-intervention/> (Erişim Tarihi: 02.02.2017).

UN General Assembly (1965). *Resolution 2072 (XX)*. (16.12.1965). <https://documents-dds-ny.un.org/doc/RESOLUTION/GEN/NR0/218/35/IMG/NR021835.pdf?OpenElement> (Erişim Tarihi:20.03.2017).

UN, General Assembly (1974). *Resolution 3292 (XXIX)*. (13.12.1974). <https://documents-dds-ny.un.org/doc/RESOLUTION/GEN/NR0/738/94/IMG/NR073894.pdf?OpenElement> (Erişim Tarihi: 20.03.2018).

UN, General Assembly (1990). *44th Plenary Meeting*. (20.11.1990). <http://www.un.org/documents/ga/res/45/a45r021.htm> (Erişim Tarihi:07.02.2018).

UN (1975). *Morocco, Mauritania and Spain declaration of principles on Western Sahara. Done at Madrid on 14 November 1975.* (14.11.1975). <https://treaties.un.org/doc/publication/unts/volume%20988/volume-988-i-14450-english.pdf> (Erişim Tarihi:11.12.2017).

UN (2017). *Non-Self Governing Territories.* <http://www.un.org/en/decolonization/nonselvgovterritories.shtml> (Erişim Tarihi:07.02.2017).

UN Peacekeeping (2017). *Minurso fact sheet.* <https://peacekeeping.un.org/en/mission/minurso> (Erişim Tarihi:15.01.2017).

UN Security Council (1976). *Letter dated 26 February 1976 from the Permanent Representative of Spain,* <https://saharadoc.files.wordpress.com/2010/12/a-31-56-s-11997-26-february-1976-en.pdf> (Erişim Tarihi:12.12.2017).

UN Security Council (1991). *Resolution 690.* (20.04.1991). [http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/690\(1991\)](http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/690(1991)) (Erişim Tarihi:15.01.2017).

UN Security Council (2002). *Interim report of the Secretary-General on the situation concerning Western Sahara, S/2002/41.* (10.01.2002). http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/2002/41 (Erişim Tarihi:15.01.2017).

UN Security Council (2002). *Report for Secretary General on the Situation concerning Western Sahara S/2002/178.* (19.02.2002). http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/2002/178 (Erişim Tarihi:15.02.2017).

UN Security Council (2002). *Report for Secretary General on the Situation concerning Western Sahara, S/2002/467.* (19.04.2002). <http://www.refworld.org/docid/3cc91bd8a.html>, (Erişim Tarihi:15.02.2017).

UN Security Council (2002). *Resolution 1478.* (30.07.2002). [http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/1429\(2002\)](http://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=S/RES/1429(2002)) (Erişim Tarihi:15.02.2017).

UN Security Council (2017). *UN Documents for Western Sahara.* <http://www.securitycouncilreport.org/un-documents/western-sahara/> (Erişim Tarihi: 28.02.2017).

UN Treaty Collection. *Morocco, Mauritania and Spain. Declaration of Principles on Western Sahara. Done at Madrid on 14 November 1975. No:14440.* <https://treaties.un.org/doc/publication/unts/volume%20988/volume-988-i-14450-english.pdf> (Erişim Tarihi: 11.12.2016).

Western Sahara Sahara Occidental (2018). Proclamation of the First Government of the Sahrawi Arab Democratic Republic (27.02.1976). <http://www.arso.org/03-1.htm> (Erişim Tarihi: 22.08.2018).

World ebook Library, Outline of The Sahrâvî Arab Democratic Republic. <http://www.worldbooklibrary.net/article/WHEBN0017688945/Outline%20of%20the%20Sahrâvî%20Arab%20Democratic%20Republic> (Erişim Tarihi: 28.06.2018)

Zunes, S. & Mundy, J. (2010). Western Sahara. Canada: Syracuse University Press.

Zunes, S. (1987). Nationalism and non-alignment: The non-ideology of the Polisario. *Africa Today*, 34 (3), (Special Issue: Western Sahara: Africa's Forgotten War), (33-46).

Yayın Geliş Tarihi: 20.05.2019
Yayına Kabul Tarihi: 16.06.2019
Online Yayın Tarihi: 19.12.2019
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.567894>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1355-1376
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Research Article

TURKEY'S CHANGING SECURITY ENVIRONMENT AND TRANSFORMATION OF TURKISH FOREIGN POLICY

Müge AKNUR*
Tuğcan DURMUŞLAR**

Abstract

Turkey's security-oriented foreign policy during the 1990s, which changed dramatically by the 2000s towards a more liberal mode and which can also be considered as the "Europeanization of Turkish foreign policy", returned to its re-securitized phase in the 2010s by resorting to hard power. This article aims at explaining this reversal by analysing changes in the intensity of Turkey's internal and external threats. In this analysis, it will mainly concentrate on the ongoing civil war in Syria, as an enabling factor for the revival of PKK terror in Turkey and terrorist attacks from ISIS. Consequently, the unstable political and security environment surrounding the South-eastern borderline of Turkey has led to the use of hard power in national foreign policy. In contrast with the previous decade, the use of military power has become inevitable in the pursuit of national security interests against intra-country and cross-border terror threats.

Keywords: *Turkish Foreign Policy, Europeanization, De-Europeanization, Security-oriented Foreign Policy, PKK, ISIS.*

TÜRKİYE'NİN DEĞİŞEN GÜVENLİK ÇEVRESİ VE TÜRK DIŞ POLİTİKASININ DÖNÜŞÜMÜ

Öz

Türkiye'nin 1990'lardaki güvenlik odaklı dış politikası 2000'li yıllarda Türk dış politikasının Avrupalılaşması olarak da nitelendirilebilen daha liberal yönde bir değişim geçirmiştir. Ancak bu dış politika, 2010'larda sert güce başvurulmasıyla yeniden güvenlikleştirme sürecine yönelmiştir. Bu makale söz konusu yönelimi, Türkiye'ye yönelik

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Aknur, M. & Durmuslar, T. (2019). Turkey's changing security environment and transformation of Turkish foreign policy. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1355-1376.

* Assoc. Prof. Dr., Dokuz Eylül University, Faculty of Business, Department of International Relations, ORCID: 0000-0002-1407-7047, muge.aknur@deu.edu.tr

** Res. Assist., Dokuz Eylül University, Faculty of Business, Department of International Relations, ORCID: 0000-0003-2889-0247, tugcan.durmuslar@deu.edu.tr

iç ve dış tehditlerin yoğunluğundaki değişimi analiz ederek incelemeyi amaçlamaktadır. Bu analizde temel olarak, Suriye’de devam eden ve Türkiye’deki PKK terörünün yeniden ortaya çıkışına olanak sağlayan iç savaş ve DAESH’in terörist saldırıları üzerinde durulacaktır. Sonuç olarak, Türkiye’nin güney doğu sınırını çevreleyen istikrarsız siyaset ve güvenlik ortamı, ulusal dış politikada sert gücün kullanılmasına yol açmıştır. Önceki on yılın aksine, ülke içi ve sınır ötesi terör tehditlerine karşı askeri güç kullanımı, ulusal güvenlik çıkarları açısından kaçınılmaz hale gelmiştir.

Anahtar Kelimeler: Türk Dış Politikası, Avrupalılaşıma, Avrupalılaşmadan Uzaklaşma, Güvenlik Odaklı Dış Politika, PKK, DAESH.

INTRODUCTION

Since the 2010s, Turkey’s national foreign policy has been dramatically transformed into a security-oriented one that once more resorts to hard power and coercive diplomacy.¹ Although such a security-centred approach had dominated Turkish foreign policy throughout the 1990s, there was a dramatic shift in the 2000s towards more cooperative, liberal policies, which was termed as “Europeanization” as well. Throughout the 1990s, Turkey’s relations with neighbouring states, including Iraq, Iran, Syria and Greece, significantly deteriorated due to their support for the terrorist Kurdish Workers Party (*Partiya Karkerên Kurdistan – PKK*) that endangered the country’s territorial integrity. This led Turkish governments to confront neighbouring states with military measures and coercive diplomacy. However, starting in the mid-2000s, the “zero problem with neighbours” foreign policy of Turkey’s ruling Justice and Development Party (*Adalet ve Kalkınma Partisi – AK Party*) and the European Union’s (EU) push for a more liberal foreign policy led to the Europeanization and de-securitization of Turkish foreign policy, which promoted interstate cooperation and soft power. During this period, Ankara attempted to establish peaceful and harmonious relations with its neighbours. Yet, by the beginning of the 2010s, Turkish foreign policy had drastically shifted away from Europeanization and transformed its liberal policies back to security-oriented policies (Oğuzlu, 2016). This article analyses this reversal in Turkish foreign policy by examining the changes in the intensity of internal and external threats to Turkey through a realist and liberal foreign policy analysis. To do so it concentrates on the civil war in Syria, which

¹ In the international relations discipline, the concept of coercive diplomacy is used to define an act of coercion where a state aims at convincing the other side to stop or undo an already ongoing action that is not desired by the state resorting to coercion. By definition, the state resorting to coercion threatens the target with the use of hard power mostly, however, not solely in terms of military force, or with the actual use of it only in a limited scale (Jakobsen, 1998; Berridge & James, 2003). Within this framework, hard power refers to a state’s ability to influence another state’s actions through coercion with tangible factors including the use of its armed forces (Nye, 2016).

had a considerable impact on the increase in PKK terror as well as attacks from terrorist group Islamic State of Iraq and Syria (ISIS), which put Turkish citizens in danger.

The article starts with a theoretical background that explains the theories of foreign policy analysis that helps us to analyse the transformation in Turkish foreign policy from a realist one in the 1990s to a liberal foreign policy in the 2000s and then back to realist foreign policy in the 2010s. To do so, the section will concentrate on the realist vs liberal analysis of foreign policy as well as Europeanization and de-Europeanization of foreign policies in the same context. Then the article will continue with a brief analysis of the 1990s' realist security-based Turkish foreign policy and its Europeanization in the 2000s by moving towards a more liberal and cooperative soft power phase. The following section analyses its reversal back to re-securitization again by resorting to realist analysis. The article is concluded with an analysis of the dynamics and factors that led to this reversal.

THEORETICAL FRAMEWORK: TRANSFORMATION FROM REALISM TO LIBERALISM AND BACK TO REALISM

Foreign policy analysis aims at bringing theoretically informed explanations to the factors that shape foreign policy decisions. In one of the most significant contributions to the literature, Juliet Kaarbo et al. (2013) classify various factors into two wide categories that are the international and the domestic environment. To analyse the impact of international system they benefit from the explanatory power of the theories of international relations including realism and alternates of liberalism and constructivism.

Realist theory considers anarchy and conflict as the main characteristics of international system since there is no overall international legal order that actors can follow. According to realist argument, without a global police, states try to maximize their interests to protect themselves and survive in world politics. Stronger and aggressive neighbours create a serious threat for these states. States are in a constant need to attain and defend their own security and power (Kaarbo et al., 2013: 7-8).

Similarly, as will be analysed in the next section, Turkish foreign policy during the 1990s was in a constant need to protect its interests in a new post-Cold War environment in which the bipolar international system ended and its alliance with the United States (U.S.) was not that significant anymore. Although in this new system Turkish foreign policy-makers had more area to manoeuvre, they also had more threatening neighbours that they had to deal with due to the new conflicts in the Balkans and the Middle East.

While realism has a significant explanatory power to analyse the foreign policies of the states, it excessively concentrates on military conflict without taking economic cooperation into consideration. Thus, security interests do not always guide the foreign policies of the states. A country may establish good relations with its neighbours through economic engagements. Economic power and economic cooperation can lead the foreign policies of the countries as liberalism explains (Kaarbo et al., 2013). Keohane and Nye (1989: 24-27) argue that military security is not the only priority of foreign policy-makers. In case of anarchy states do not always use their military power but their economic power which can also be identified as soft power.

The use of soft power and economic cooperation as analysed under the section titled “De-securitized Foreign Policy of the 2000s: Europeanization and Domestic Dynamics”, dominated Turkish foreign policy throughout the 2000s. During this period, security-oriented policies were replaced by economy-oriented policies and a complex interdependence between Turkey and its neighbours was established. Such an interdependence as defined by Keohane and Nye (1989: 24-27) increased the use of numerous networks for interaction between states and weakened the dominance of military force.

This complex interdependence went hand in hand with the Europeanization of Turkish foreign policy in which the EU’s involvement in Turkey’s domestic and foreign policies were taken into consideration by the Turkish foreign policy-makers due to Turkey’s candidacy status. However, this economy-oriented foreign policy started declining as a result of the instigation of the civil war in Syria in 2011 when Turkey started facing terror attacks from different fronts including PKK and ISIS. Therefore, in line with the realist theory, Turkey began to react to potential threats in 2010s by resorting to hard power in order to protect its territorial integrity.

TURKEY’S SECURITY-ORIENTED FOREIGN POLICY OF THE 1990s

The end of the bipolar international system in the 1990s gave Ankara greater autonomy as a regional power. The conflicts of this period, particularly in the Balkans, in addition to Turkey’s problems with Syria, Iraq, Iran and Greece concerning their support to PKK, led to the expansion of the Turkish military’s traditional autonomy over foreign policy decisions. The rise of Kurdish nationalism that was associated with violent PKK attacks on both the Turkish military and civilians boosted security concerns. Given this highly insecure environment, Turkey adopted a security-centred foreign policy and resorted to coercive diplomacy (Renda, 2011: 93-94). During this period, Syria and Greece did not refrain from hosting the terrorist PKK leader whereas Iraq and Iran did not show consent for joint cooperation in Turkey’s struggle against separatist terrorism. Moreover, Greece used its veto right against Turkey’s EU candidacy.

By providing arms to PKK militants as well as training them in camps, the Syrian government used the Kurdish problem as leverage against Turkey in the long-lasting dispute over the distribution of water between two countries.² In 1998, the Turkish government considered declaring war against Syria to achieve the deportation of terrorist PKK leader. In addition, PKK attacks on Turkey from across the Iraqi border increased due to the power vacuum in Baghdad following Saddam Hussein's defeat. Formation of the no-flight zone across Turkey's borders also provided a haven for PKK members to establish bases across the border from which to launch attacks against Turkey. To crush these militants and wipe out terrorist cells, the Turkish military conducted a series of cross-border operations in Iraq (Kirişci, 2004: 283). Meanwhile, Iran's attempts to change the regional balance of power since the revolution in 1979 by interfering in its neighbours' domestic politics to export Islamist revolution was not welcomed by Turkey. These ideological differences led to antagonism between the two countries that ranged from minor disputes between politicians to Iranian support for religious fundamentalist groups and PKK militants (McCurdy, 2008: 88).

Along the same line Turkish foreign policy makers experienced tense relations with their European neighbour Greece. All of these relations with the neighbours enhanced the understanding that Turkey is surrounded by hostile countries. In this context, Turkish-Greek relations, that were shaped by historical enmities and long-lasting conflicts, including the Cyprus crisis, the extension of Greek territorial waters, airspace control, the continental shelf, remilitarization of Eastern Aegean islands and disputed islets, continued following a similar negative path throughout the 1990s. Moreover, during this period, the two countries came to the brink of war due to a row over the sovereignty of uninhabited islets in the Aegean (Heraclides, 2010).

As realism argues, during the 1990s, Turkish governments were in a constant need to achieve and guard Turkey's national security and power. There were threats coming from majority of the neighbouring countries due their support to PKK terrorism that had constantly been endangering the territorial integrity of Turkey and security of Turkish society.

DE-SECURITIZED FOREIGN POLICY OF THE 2000s: EUROPEANIZATION AND DOMESTIC DYNAMICS

Beginning by the 2000s, Turkish governments abandoned its security-based foreign policies and began following more liberal and cooperative foreign policies to resolve their conflicts through soft power. Starting with Turkey's EU candidacy in 1999, being followed by the country's economic crises of 2000 and

² The water problem started with the construction of the Southeast Anatolian Project which consisted of over 20 small dams in 1979.

2001, national foreign policy entered a phase of economic liberalization, based on commerce, cooperation and soft power. As Renda (2011: 90) puts it, in the 2000s, an “economy-oriented ‘new activism’ has prevailed over the security-first activism of the 1990s”.

The conflict-ridden relations between Turkey and Syria during the 1990s were transformed into political, social and economic cooperation following the 1998 Adana Accords and PKK leader Öcalan’s deportation from Syria. In the immediate aftermath, Syrian President Bashar al-Assad, sent his Vice-President to Ankara with a message about making a fresh start on Syrian-Turkish relations. This was followed by removal of landmines between two countries’ adjacent territories in 2002 (Mufti, 2002). The Turkish government defended the Assad regime against the U.S. economic sanctions in May 2004 (Kuru, 2012). Both parties decided to establish a Strategic Cooperation Council in September 2009 and signed around 50 agreements and many memoranda of understandings that emphasized cooperation on politics, security, commerce, water, transportation, education, health, culture, agriculture and environment. Turkish foreign policy-makers also started the mediation policy between Syria and Israel during 2008 (Baç & Gürsoy, 2009: 421; Bishku, 2012).

Turkey’s relations with Iraq improved when Ankara allied with Germany and France against the U.S. led invasion in 2003. Turkish Grand National Assembly did not allow U.S. military forces to reach Northern Iraq over the country’s south-eastern border. Turkey and Iraq then started cooperating against the common threat of PKK terror. Despite Ankara’s uneasiness over Iraq’s Kurdish nationalist movements, Turkish policy-makers gradually accepted the federal structure in Iraq and established economic ties between the Kurdish Regional Government (KRG) and Turkey’s public and private sectors. In his visit to Iraq and meeting with Iraqi President Jalal Talabani in July 2008, Prime Minister Erdoğan signed a strategic partnership agreement that included regular meetings between government leaders and state officials in addition to establishing a high council. High-level visits concerning cooperation in the fight with terror continued with both the Bagdad government and KRG President Massoud Barzani between 2008 and 2010. Furthermore, AK Party’s policy-makers involved Barzani in the “democratic opening process” in 2012 that aimed to settle Turkey’s Kurdish question (Pusane, 2016: 23). Turkish companies made a series of investments, particularly in Iraq’s Kurdish region, by building Erbil’s international airport, the U.S. Embassy, Sulaymaniyah Airport and many highways. In 2010, trade between the two countries reached \$ 6 billion (Kirişçi, 2006).

Turkey and Iran abandoned their ideological differences and moved towards a more cooperative phase concerning the economy, energy security and the joint struggle against international terrorism. As Iran was suffering from terror attacks by the Kurdistan Free Life Party (*Partiya Jiyana Azad a Kurdistanê* – PJAK) following the 2003 American invasion of Iraq, it cooperated with Turkey against the increasing autonomy of Kurds in Iraq (Karacasulu & Aşkar-Karakır, 2011: 111-119).³ Turkey and Iran signed a joint memorandum as well. Both capitals decided to act together in their fight against the PJAK and PKK in April 2008, following the 12th High Security Commission meeting (Sadık, 2008). The Turkish government reacted to the U.S. government's move to isolate Iran regionally and defended Tehran's possession of nuclear power for peaceful aims by complying with the rules of the International Atomic Energy Agency. In 2010, Turkey played an important role along with Brazil in Tehran's signing of a nuclear exchange agreement. By signing the Nuclear Non-Proliferation Treaty (NPT), Turkey also supported EU efforts to prevent Iran's development of nuclear weapons. In 2001, the Tabriz-Erzurum pipeline started carrying Iranian gas to Turkey. By the late 2000s, Turkish manufactured good exports to Iran amounted to \$2 billion while Iranian natural gas exports to Turkey amounted to \$8 billion. Throughout the 2000s, Turkey and Iran established economic cooperation by abandoning their previous security-dependent relations (Karacasulu & Aşkar-Karakır, 2011: 115-116).

Turkish-Greek relations, which had begun to improve by the end of 1990s became part of Turkey's EU accession agenda by the early 2000s following Athens' policy change towards Turkey's EU perspective. Greece decided to upload Turkish-Greek bilateral disputes to the EU level and benefit from the asymmetrical power relationship between the EU and candidate states. In addition, the capture of PKK leader Öcalan, hiding in the Greek Embassy in February 1999, is considered as another factor that forced Greece to change its strategy of blocking Turkey's EU candidacy. During this period, Ankara and Athens showed signs of progress in bilateral relations including the signing of cooperation agreements on terrorism, environment, tourism and energy transportation. Moreover as Ker-Lindsay (2000) notes, the devastating Marmara earthquake of 1999 in Turkey created cooperation between citizens of the neighbouring countries as well.

Following the 1999 decision of the EU to recognize Ankara's candidacy status, EU leaders underlined a need to resolve bilateral disputes between the two countries, along with the Cyprus dispute (European Council, 2004; European Commission, 2005). In the post-Helsinki period, the EU also contributed to

³ While Turkey was against a Kurdish state, Iran's opposition to Kurdish autonomy was part of a fight against U.S. hegemony, which supported the Kurds in Iraq. Yet, although Iran was against Kurdish autonomy in northern Iraq, it did not want the region's gas and oil to be controlled by Turkey.

improving relations by encouraging both sides to cooperate in several fields (Aydın & Açıkmeşe, 2007). Concerning the Cyprus question, in conformity with the EU's agenda, Ankara advocated the UN's initiative for a single federal state solution. In spite of Turkish Cypriots approval of the Annan Plan, the Greek Cypriots' refusal in 2004 led to its failure (Smith, 2004). In mid-2005, although Turkish government extended the Customs Union Agreement for the inclusion of EU's newcomers of the time, it opposed granting Greek Cypriot vessels access to Turkey due to lack of the existence of a formal recognition. Turkey's failure to apply the Customs Union's requirements inclusive of Greek Cypriots, led to the suspension of 8 negotiating chapters in 2006, which delayed Ankara's accession process with Brussels (Batalla, 2017).

As liberalism points out, during this period, Turkish governments by prioritizing economic cooperation with their neighbouring countries established a complex interdependence. By doing so they resorted to use of soft power in their foreign policy. This shift towards the use of soft power during the 1990s via liberal and cooperative approaches in Turkish foreign policy emanated from two significant dynamics: the EU conditionality on Turkish foreign policy, which can also be termed as Europeanization; and changes in Turkey's domestic political structure.

Europeanization of Turkish Foreign Policy

Europeanization is a theoretical concept generally used for analysing changes in the EU member states. Nevertheless, it is also used for explaining policy shifts in candidate states. Europeanization can take place in two ways. The first is through formal EU decisions and its adoption by candidates. The second is through interactions between the EU and domestic level (Baç & Gürsoy, 2009: 405-407). In the Turkish case, the 'top-down' approach was chosen due to Turkey's candidacy status. The EU's involvement in Turkey's domestic and foreign policies, has enabled the national political environment to be receptive of the EU's conditionality strategy. The EU conditionality on Turkish foreign policy, which was made official in the 1999 Helsinki European Council's Presidency Conclusions, defined the general framework for candidate states' policies in dealing with their border disputes. The document stated that the European Council requires candidate states to resolve their disputes through peaceful settlement according to the UN Charter.⁴

⁴ In case of failure to resolve their conflicts through these methods, they should apply to International Court of Justice (ICJ).

During the accession negotiations, Ankara adopted reforms to meet the Union's political criteria. Most significant among these took place in civil-military relations which led to the subordination of the military to the civilians. This included reduction of National Security Council's power and the increase in the number of civilian members in the Council. In fact, the decrease in the Turkish Armed Forces' involvement in politics also stimulated the increase in diplomatic initiatives and the abandonment of military instruments. This has led to a process where economic relations found a fertile ground to flourish. Both countries have increased their bilateral trade numbers. Aligning with EU norms, the Turkish government and the civilians took over the leadership role on foreign policy issues. During the 2000s, Ankara's military-focused security culture, which had been mostly based on threat perceptions, was displaced by an emphasis on cooperation. This showed itself in increasing bilateral contacts and economic engagements in foreign policy cases, particularly with neighbouring countries, including Greece, Syria, Iraq and Iran (Baç & Gürsoy, 2009: 415-416).

Domestic Context and its Impact on Foreign Policy

Besides Europeanization, AK Party governments introduced distinct changes to the conduct of national foreign policy throughout the 2000s. Turkish policy makers focused on Turkey's involvement in far geographies and revealing common cultural affinities (Davutoğlu, 2001). It was aimed at making Turkey a full EU member by promoting a regional environment of security, stability, prosperity and cooperation. Moreover, as could be observed in its relations with Iraq, Iran, Syria and Greece, Ankara aimed at minimizing problems, establishing trust and promoting economic and political cooperation. By doing so, Turkey managed to raise its status as an influential regional power with a global perspective. Successive AK Party governments attempted to influence politics in the Middle East by mediating between Israeli and Syrian governments along with significant attempts to resolve the Gaza crises of 2007 and 2008-2009 (Aras, 2009: 134).

Turkey followed this multi-dimensional foreign policy by maintaining strategic relations with the U.S. through bilateral ties and NATO, pursuing full EU membership, establishing a good neighbourhood policy with Russia, and adopting a synchronization policy in Eurasia. Turkey also used rhythmic diplomacy by hosting a NATO Summit and an Organization of Islamic Communities Foreign Ministerial Meeting in İstanbul in 2004. It became affiliated with several regional institutions.⁵ Turkey had become an active G-20 member (Aras, 2009: 134; Davutoğlu, 2008: 82-83). Besides the government, civil society organizations, lobbied to facilitate Turkey's EU perspective. Representatives of the business

⁵ These include institutions from different geographical regions: The Arab League, the African Union, the Organization of American States, the Association of Caribbean States.

sector was actively involved in organizing business meetings with counterparts from different regions. Following the 2005 earthquakes in Pakistan and the tsunami in the Indian Ocean, Turkish civil society organizations influenced Turkish foreign policy through their aid programmes (Davutoğlu, 2008: 83-84).

In sum, compared to the post-Cold War foreign policy of the 1990s, Turkey's military lost its dominant power over foreign policy-making. Throughout the 2000s, Ankara's foreign policy vision reflected signs of Europeanization by aiming to respect civil rights while protecting security, settle disputes peacefully, engage in international organizations, and emphasize good neighbourly relations and diplomacy. During the 2000s, Turkish foreign policy moved into a conciliatory phase by making use of economic and diplomatic tools in its relations with Iraq, Iran, Syria and Greece.

RESECURITIZATION OF FOREIGN POLICY DURING THE 2010s

Turkey's de-securitized foreign policy using diplomatic and economic tools during the 2000s, returned to its realist and security-oriented form during early 2010s. Ankara reached the limits of diplomacy and economy oriented power capabilities in its region (Aras, 2014: 404). The commencement of the Arab Spring in 2010, followed by the civil war in Syria in 2011, gradually reversed Turkish foreign policy to its 1990s hard power and security-first approach. Increasing PKK terror due to the political vacuum in Syria as well as ISIS attacks against Turkish citizens due to Ankara's backing of the Free Syrian Army led to a rapid deterioration in the country's ties with the Syrian government.

The main turning point towards securitization was the transformation of the uprising in Syria into a civil war in the early 2010s. The shared 900-km border increased Turkey's security concerns related to revived PKK terror and attacks by ISIS members entering the country alongside millions of Syrian citizens seeking refuge (Ayata, 2014: 95-96). Initially, Turkey had tried to persuade Syrian President Bashar Assad to stop his brutal crackdown on protesters and implement political reforms. However, when these efforts did not work, the Turkish government started hosting the Syrian opposition in Turkey. In late 2012 Assad withdrew his forces from northern Syria, which allowed Syrian Kurds to occupy Jazira, Kobani and Afrin. Meanwhile, Syrians, among whom PKK and ISIS militants hid, started fleeing to Turkey.

Turkish policy-makers, underestimating Russian and Iranian support for Assad, expected the Syrian regime to rapidly collapse. Moreover, Ankara's choice for standing behind the Syrian opposition hampered Turkish-Iranian cooperation. Turkey's efforts to support an EU drafted UN resolution in October 2011 condemning Syria's government and imposing sanctions failed due to the Russian and Chinese vetoes (Ayata, 2014: 103). Relations between the Syrian government and Turkey worsened further with the shooting down of a Turkish military fighter

in June 2012 and the Syrian mortar bomb attack in June 2012 which killed 5 citizens in Turkish town of Akçakale. The killing of more than 52 people by terrorist bombing attacks in Reyhanlı in May 2013 further increased Turkey's security concerns (Fahim & Arsu, 2013; Hürriyet Daily News, 2012; Russia Today, 2013).

In the following years, the civil war in Syria substantially damaged Turkey's security and economy. By 2019, the number of officially registered Syrian migrants in Turkey reached to 3.6 million. Although Turkey has supported the opposition to Assad, some groups within it, such as the Kurdish Democratic Union Party (PYD) and its armed wing, the People's Protection Units (YPG) allied with the PKK in its separatist terror acts. Turkey's war with Kurdish groups in Syria jeopardized its relations with the U.S., which has supported PYD and YPG against ISIS.

From August 2016 until March 2017, Turkey implemented the Operation Euphrates Shield in response to the terrorist attacks of ISIS and PKK/YPG. The operation can be evaluated in terms of Turkey's changing security environment and increasing threats caused by ISIS and PKK/YPG in northern Syria adjacent to the Turkish border line. Ankara's decision to militarily involve in an operation in the Syrian territory was in line with Article 51 of the UN Charter that gives its member states the right of self-defence (Yeşiltaş et al., 2017). In January 2018, Ankara initiated the Operation Olive Branch together with the Free Syrian Army against ISIS and PKK/YPG in Afrin of Syria. The military operation phase took two months to expel terrorists out of the city (TRT World, 2018).

Turkey's relations with Iraq also started to decline again due to the PKK and ISIS attacks on Turkey. In the mid-2010s, ending its five-year unilateral ceasefire, the PKK re-started attacks in rural and urban Turkey (Jenkins, 2010). When Turkey's "democratic opening process", was hampered in 2015 due to continued PKK attacks, the Turkish government re-launched its fight against separatist terrorism by bombing its installations in Iraq. These attacks had side effects on the fragile partnership between Turkey and KRG. Turkish government and Barzani in northern Iraq allied against the PYD control in north Syria and opposed initiatives of PYD's autonomous status in 2013. Later, however, ISIS attacks led the YPG, PKK and KRG to ally leading to the deterioration of Turkish-KRG relations (Kayhan-Pusane, 2016: 24-26).

Another conflict between Turkey and Iraq arose from the arrival of 500 Turkish troops in Bashiqa on the invitation of local forces, but not the Baghdad government, in 2015 to help train Iraqi militias in the fight against ISIS (İdiz, 2017). Accusations between the Nouri al-Maliki government of Baghdad and Ankara of following sectarian policies created tensions between the two countries

in the early 2010s.⁶ In October 2015, another similar tension took place concerning discussions on the population structure in Mosul and Tal Afar after the liberation of these areas from ISIS. More positively, this conflict ended with Erdoğan's friendly phone conversation with Prime Minister Haider al-Abadi in December 2015 and later on it was followed by joint cooperation against ISIS and PKK (İdiz, 2017). In addition, the two governments allied against KRG President Barzani's declaration of Kurdish independence following a KRG referendum in September 2017 (Al-Monitor, 2017).

Problematic Turkish-Iranian relations also worsened in the early 2010s when the two countries took opposing positions in Syria's civil war. While the Turkish government supported anti-Assad groups, Iran and Russia backed the Assad regime. Concerning sectarian conflicts in Iraq, Turkish-Iranian relations were again at odds since Turkey claimed that it was its duty to look after Iraq's Sunni and Turkmen population considering the ISIS threat and other hostile groups. Tehran, however, viewed Ankara's decision to protect Sunnis as an incursion. After a power vacuum emerged along Turkey's south-eastern border due to ISIS' loss of control over a large area, another struggle between the two countries started. While Turkey did not want Iran-backed militias, Assad's forces or the YPG to take over these territories close to its borders, Iran did not want a Turkish military presence in Iraq or Syria. When the Turkish government accused Iran of Persian expansion in the region during the summer of 2017, the Iranian government expressed its uneasiness with Turkey's Euphrates Shield Operation along with the Afrin Operation that has started in January 2018 (Bora, 2017; Jones, 2017).

Nevertheless, despite these conflicts, Turkish-Iranian economic relations continued as usual since Ankara was the major buyer of Tehran's natural gas. The Iraqi Kurds' independence referendum of September 2017 also brought the two sides together since they were both against the establishment of an independent entity due to the possibility of a snowball effect for their own Kurdish populations.⁷ In November 2017, Turkey, Iran and Russia met at the Black Sea resort of Sochi with the aim of ending the war in Syria and leaving Assad in power under a reformed Syrian constitution. This development can be interpreted as reflection of the convergence of concerns and threat perceptions because both countries had otherwise diverging interests in both Iraq and Syria (Jones, 2017; Wintour, 2017).

⁶ While the Turkish government accused the Baghdad regime of following sectarian, pro-Shia policies, the Baghdad government accused the Turkish regime of following pro-Sunni policies. See Kuru, 'Turkey, Iran and Sunni-Shiite Tension'.

⁷ Although both Turkey and Iran are worried about the establishment of an independent Kurdistan, Turkey prefers to minimize the PKK-PYD threat and is ready to tolerate Iraq's Kurdistan Democratic Party (KDP), whereas Iran would not tolerate the establishment of an independent Kurdistan in Iraq.

Regarding Turkish-Greek relations, despite an increase in high level visits, commercial and economic relations, and new agreements, protocols and memoranda from meetings of the High-Level Cooperation Council, tensions are still running high (Bechev, 2017). Nevertheless, certain joint projects, such as the construction of Trans Adriatic Pipeline to ship Caspian gas pumped through the Trans Anatolian Pipeline that will cross through Greece and Albania, are still under way. There are also plans to renovate the railway connection between İstanbul and Thessaloniki and establish a regular ferry route between İzmir and Thessaloniki (Bechev, 2017). However, there have also been increasing airspace violations and a resumed power struggle in the Aegean Sea, the failure to resolve the Cyprus conflict and problems created by refugee flows between the two countries (The Economist, 2017). President Erdoğan's visit to Greece in December 2017 seemed to be a historic moment as he was the first Turkish President to do so since 1952. However, debates around the Lausanne Treaty and the return of Turkish citizen fugitives who found shelter in Greece after the July 2016 terrorist coup attempt of Fethullah Gülen Terrorist Organization (FETO) overshadowed the visit. When the Greek Supreme Court rejected Turkey's request to extradite them, tensions due to existing disputes received more attention (Smith, 2017). In January 2017, both countries' warships had a minor confrontation in the Aegean due to disagreements over sovereignty rights (The Guardian, 2017).

We explained Turkey's shift towards soft power during the 2000s through liberal and cooperative approaches in relation with Europeanization approach and changes in the domestic political structure. Similarly, the re-securitization of national foreign policy can be analysed in terms of de-Europeanization and changes in the domestic political structure. However, neither explanation is sufficient to account for developments without analysing the changing intensity of three specific threats: first PKK terror, second ISIS attacks and third coup attempt of FETO.

De-Europeanization

During the 2010s, Turkey's liberal, soft power foreign policy was replaced by a security-oriented one. The EU started to lose its impact, not only on Turkey's foreign policy, but also on its domestic policies as well. Due to the changing security environment, Turkish governments faced a trade-off between prioritizing traditional security concerns and maintaining good neighbourly relations. As discussed earlier, the regional power vacuum created by the Syrian conflict caused a rapid deterioration of Ankara's relations with Syria, Iraq and Iran. The weakening of relations also showed itself, albeit in different ways, with Greece specifically and European countries generally. In the insecure environment due to the civil war in Syria, which enabled PKK and ISIS attacks on Turkey, it was no longer possible to utilize soft power for maintaining security and minimizing threats.

According to Ovalı (2012: 142-143), a significant factor influencing the Turkish government's political choice to move away from Europeanization to de-Europeanization was the Turkish political elites' increasing self-confidence over the country's relative success during the 2008 global financial crisis. Such confidence and the negative attitudes of European leaders towards Ankara's accession path also led the governing elites seek alternatives to EU membership based on regional integration (Özek & Oğuzlu, 2013: 695-696). As Jorgensen notes (2016: 118), during the post-2005 period the lack of a credible accession prospect led Turkey to lose its enthusiasm concerning Europeanization efforts. The lack of enthusiasm enhanced de-Europeanization tendencies in Turkey's domestic and foreign policies. This weakened the EU's capacity to influence Turkish society and politics while societal scepticism of and indifference towards the EU and the legitimacy of EU-led reforms increased immensely (Aydın-Düzgüt & Kaliber, 2016: 5-6). Chapter 31 of the EU Commission's 2016 Progress Report on Turkey that focuses on foreign, security and defence policy, stated that Ankara had shown alignment with 18 out of 41 EU declarations and Council decisions, indicating 44% alignment concerning the Union's common foreign policy (European Commission, 2016). These statistics reflect the divergence particularly with the results of previous years.

Moreover, the EU's reluctance in approaching the humanitarian tragedy associated with the Syrian refugee crisis further diminished its transformative capacity in Turkish politics. The EU member states' inability to prioritize human dignity and defend democratic values during the refugee influx towards Europe have ended up with negative side effects on its normative reputation in Turkey (Öniş & Kutlay, 2017). The refugee crisis also created ample space for nationalist European politicians to follow populist discourses and disregard European values.

In fact, the de-Europeanization process had not only taken place in Turkey. The rise of Euro-sceptic far-right parties in Europe led to the de-Europeanization policies in some EU member countries as well. Increasing public support for right-wing extremists in several member states along with Austrian, French and German opposition to Turkey's EU membership have deteriorated EU-Turkish relations. Many European political figures benefit from a heavily critical discourse towards Turkey's candidacy to attract popular support from their constituencies within an increasingly populist political environment (Kardaş, 2009). The resultant growing discontent of Turkish political leaders in line with declining popular support from Turkey's public for the EU membership all greatly reduced the EU's capacity to influence Turkish foreign policy. Thus, Turkish-EU relations returned to mutual scepticism and prejudice rather than cooperation (Keyman, 2017; Özek & Oğuzlu, 2013). Therefore, Turkey's de-Europeanization process can hardly be explained by solely focusing on the country's domestic developments. The shifting tendencies of the EU member states' national politics hindered European leaders' potential support for Turkey's accession which strictly limited the projection of the EU's transformative power.

Changes in the Domestic and International Contexts

Although de-Europeanization had some considerable role in shifting Turkish foreign policy from a de-securitized to securitized form, the change in the domestic context, that took place due to changes in the security environment forced Ankara to return to a security-oriented foreign policy. In this context, realism brings a significant explanation to Turkey's re-securitized foreign policy with the increasing threat coming from the neighbouring states. The initiation of civil war in Syria changed the whole security atmosphere for Turkey leading to an insecure neighbourhood. The establishment of illegitimate autonomous regions in Syria near Turkey's border forced the Turkish Armed Forces to take precautions to defend the country from terror attacks. In supporting separatist Syrian Kurdish groups in the fight against ISIS, neither the U.S. administration nor Russian policy-makers were concerned about protecting Turkish regional interests (Gürcan, 2017). Whereas Turkey was acting as a regional actor promoting political liberalization in Syria and other parts of the Middle East in 2010, by 2017 it was militarily involved in the Syrian turmoil created by other regional and global players, as well as many radical terrorist groups (Ayata, 2014: 104-105).

During this period, the number of PKK and ISIS attacks rose dramatically. The PKK abandoned a five-year unilateral ceasefire to revive its rural insurgency in the mountains of southeast Turkey in addition to an urban bombing campaign in the western part of the country. Although the PKK announced the suspension of all offensive operations during indirect negotiations with the Turkish state in April 2009, it continued its attacks in rural areas in the southeast at a lower level (Jenkins, 2010). In 2015, by killing several policemen and soldiers, and attacking military posts, PKK jeopardized the fragile democratization process. Meanwhile, more than 400 civilians, including governors, politicians, workers and teachers, have been killed and more than 2.000 people have been injured in PKK attacks across Turkey in mid 2010s. The organization also planted bombs in residential areas, mosques and schools (Okur, 2017). From early 2014 until early 2017, there were more than 20 ISIS attacks. The number rose before the June 2015 general elections and continued after the elections, mainly in eastern Turkey, particularly in Gaziantep as well as major cities, including Ankara and İstanbul. These attacks killed more than 200 people and injured hundreds of them (Al Jazeera, 2017).

Consequently, the Turkish government re-launched its fight against the PKK as well as ISIS. Turkey's attacks against PKK, put the Turkish-KRG partnership in danger in the light of KRG President Barzani's alliance with the PKK/PYD against ISIS. Although Barzani's KDP and the PKK/PYD are allies in their fight against ISIS, there are still tensions among them. The KRG heavily needs the pipeline infrastructure between Kirkuk and Yumurtalik, making Turkey its main economic gateway to the outside world (Kayhan-Pusane, 2016: 25-26). However, Turkey still has to be careful about its fragile relations with Iraq as these have fluctuated widely due to the sectarian disputes between the two countries.

Turkish-Iranian relations reached a stalemate when Turkey supported the opposition to the Assad government whereas Iran allied with Assad in the Syrian civil war. Turkey does not want to see an Iran-backed militia along its borders to fill the power vacuum created by ISIS' loss of large pieces of territory. While Iran has acted as the guardian of Iraqi Shias, Turkey has attempted to do the same for Iraqi Sunnis. In fact, there have been some signs of cooperation since both oppose the PYD/YPG gaining power. Moreover, they held a meeting with Russia in Sochi to end the turmoil in Syria. Nevertheless, Iran and Turkey's interests concerning Iraq and Syria differ significantly.

Unlike the period of Europeanization during the 1999-2005 period, Turkish-Greek relations have faced more tensions, including violations in the airspace, the power struggle in the Aegean Sea, the Greek Cypriot Administration's blocking of EU-Turkish negotiation chapters, the refugee crises and the dispute over the delimitation of Eastern Mediterranean maritime areas. Turkey and Greece have diverging views towards exploration and sharing of potential energy resources in the region around the Cyprus Island. Since 2011, significant off shore natural gas reserves have been discovered in the Eastern Mediterranean following the Greek Cypriots' initiatives for exploration around the island. While this move undermines Turkish Cypriots' sovereign rights, attempts for the discovery of resources are continuing in a way that excludes Turkey as well. This has led to disagreements over the Exclusive Economic Zones (EEZ) and urged Ankara to increase Turkey's military presence in the Mediterranean with the aim of protecting Turkish research ships namely Oruç Reis and Fatih (İşeri & Bartan, 2019). Another factor that has decreased mutual trust in Turkish-Greek relations have been Athens' refusal to extradite FETO suspects sheltering in Greece following the 2016 terrorist coup attempt. As the Economist (2017) put it, "Turkey and Greece are no longer at each other's throats"; however, "there is no room for improved relations". In this fragile security environment, Turkish foreign policy has moved from a cooperative, liberal approach to a re-securitized form.

CONCLUSION

The dramatic transformation in Turkish foreign policy back to its traditional realist and security-based mode in the 2010s was mainly the result of changes in the intensity of internal and external threats to Turkey. Arab Spring leading to the civil war in Syria made Turkey vulnerable to PKK as well as ISIS attacks. PKK terror, which can be considered as both an internal and external threat, has been a significant challenge to Turkey's territorial integrity. Turkish policy makers' initiative on the solution of separatist terrorism, has been misused by the PKK to re-initiate its attacks. In fact, the PKK never gave up violence even during the "democratic opening process" since it continued planting landmines all over towns in south-eastern Turkey. The obstruction of the process also coincided with the Syrian government's authorization of Kurdish autonomous administrations

near the Turkish border. The control of these areas by YPG/PYD, the PKK's ally in Northern Syria, has led to a rise in PKK terror attacks against both civilians and Turkey's security forces causing death and injury of thousands during the recent period. In addition to PKK terror, ISIS attacks in major cities and south-eastern cities have also caused hundreds of casualties and forced the Turkish government to abandon its cooperative and liberal foreign policy. The immigration of more than 3,5 million Syrian citizens to Turkish cities has made it easier for PKK and ISIS terrorists to infiltrate Turkey's borders.

By the 2010s, the changing nature of Turkey's security environment and challenges to national security had a major impact on national foreign policy. Although the EU's decreasing influence on Turkish foreign policy had some minor effect on the re-securitization of Turkish foreign policy, this dramatic turn was mainly driven by the insecure environment resulting from the war in Syria, which increased the threats to Turkey from the PKK and ISIS, as well as the support they received from Turkey's neighbours. This has forced the Turkish government to start a national struggle against multiple terror organizations, with the implementation of cross-border military operations.

REFERENCES

- Al Jazeera. (2017). Timeline of attacks in Turkey. (19.02.2017). <https://www.aljazeera.com/indepth/interactive/2016/06/timeline-attacks-turkey-160628223800183.html>. (Date of Access: 20.10.2017).
- Al-Monitor. (2017). Abadi Erdoğan meet to form Kurdistan game plan. (25.10.2017) <https://www.al-monitor.com/pulse/originals/2017/10/abadi-visits-ankara-turkish-support-baghdad.html>. (Date of Access: 27.10.2017).
- Aras, B. (2009). The Davutoğlu era in Turkish foreign policy. *Insight Turkey*, 10 (3), 127-142.
- Aras, B. (2014). Davutoğlu era in Turkish foreign policy revisited. *Journal of Balkan and Near East Studies*, 16 (4), 404-418.
- Ayata, B. (2014). Turkish foreign policy in a changing Arab world: Rise and fall of a regional actor. *Journal of European Integration*, 37 (1), 95-112.
- Aydın, M. & Açıkmeşe, S. (2007). Europeanization through EU conditionality: Understanding the new era in Turkish foreign policy. *Journal of Southern Europe and the Balkans*, 9 (3), 263-274.
- Aydın-Düzgit, S. & Kaliber, A. (2016). Encounters with Europe in an era of domestic and international turmoil: Is Turkey a de-Europeanising candidate country? *South European Society and Politics*, 21 (1), 1-14.

Batalla, Laura. (2017). *Turkey and EU at a crossroads: How to fix a wrecked relationship*. Heinrich Böll Stiftung. <https://eu.boell.org/en/2017/07/07/turkey-and-eu-crossroads-how-fix-wrecked-relationship>. (Date of Access: 07.08.2017).

Bechev, D. (2017). Turkey and Greece: Old habits die hard. *Al-Jazeera*. (08.12.2017). <http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/turkey-greece-habits-die-hard-171208095106144.html>. (Date of Access: 10.12.2017).

Berridge, G. R. & James, A. (2003). *A dictionary of diplomacy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Bishku, M. (2012). *Turkish Syrian relations: A checkered history*. Middle East Policy Council, XIX (3). <http://www.mepc.org/turkish-syrian-relations-checkered-history>. (Date of Access: 10.06.2018)

Bora, B. (2017). What is behind the hostility between Iran and Turkey? *Al-Jazeera*. (26.02.2017). <http://www.aljazeera.com/indepth/features/2017/02/hostility-iran-turkey-170225184418231.html>. (Date of Access: 10.09.2017)

Davutoğlu, A. (2001). *Stratejik derinlik: Türkiye'nin uluslararası konumu*. İstanbul: Küre Yayınları.

Davutoğlu, A. (2008). Turkey's foreign policy vision: An assessment of 2007. *Insight Turkey*, 10 (1), 77-96.

European Commission. (2005). Negotiating framework for Turkey, principles governing negotiations, article 6. https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/sites/near/files/pdf/turkey/st-20002_05_tr_framedoc_en.pdf. (Date of Access: 05.08.2017).

European Commission. (2016). Turkey 2016 report. Brussels. https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/sites/near/files/pdf/key_documents/2016/20161109_report_turkey.pdf. (Date of Access: 25.02.2018).

European Council. (2004). Brussels European council presidency conclusions, 16-17 December 2004, article 20. <http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cmsupload/turkey.pdf>. (Date of Access: 05.08.2017).

Fahim, K. & Arsu, S. (2013). Car bombings kill dozens in center of Turkish town near the Syrian border. (11.05.2013). *The New York Times*, <http://www.nytimes.com/2013/05/12/world/middleeast/bombings-in-turkish-border-town.html>. (Date of Access: 25.08.2017).

Gürcan, M. (2017). Post-referendum Turkey: Renewed conflicts, new allies. (19.04.2017) *Aljazeera*. <http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2017/04/post-referendum-turkey-renewed-conflicts-allies-170419064152452.html>. (Date of Access: 15.08.2017).

Heraclides, A. (2010). *The Greek-Turkish conflict in the Aegean: Imagined enemies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Hürriyet Daily News. (2012). 5 killed as Syrian shell hits Turkish town. (03.10.2012). <http://www.hurriyetdailynews.com/5-killed-as-syrian-shell-hits-turkish-town--31590>. (Date of Access: 25.08.2017).

İdiz, S. (2017). Will Turkey, Iraq open new chapter in ties? Al-Monitor. <http://www.al-monitor.com/pulse/originals/2017/01/turkey-iraq-turkish-premier-visits-baghdad-to-reset-ties.html>. (Date of Access: 20.08.2017).

İşeri, E. & Bartan, A. Ç. (2019). Turkey's geostrategic vision and energy concerns in the Eastern Mediterranean security architecture: A view from Ankara. In T. Zenonas (Ed.), *The new geopolitics of the Eastern Mediterranean: Trilateral partnerships and regional security* (pp. 111-124). Re-imagining the Eastern Mediterranean Series: PCC Report, 3. PRIO Cyprus Centre.

Jakobsen, P. V. (1998). *Western use of coercive diplomacy after the cold war a challenge for theory and practice*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Jenkins, G. (2010). The PKK insurgency enters a new era. The Turkey Analyst. <https://www.turkeyanalyst.org/publications/turkey-analyst-articles/item/-218-the-pkk-insurgency-enters-a-new-era.html>. (Date of Access: 14.08.2017).

Jones, D. (2017). Iranian-Turkish relations deepen with shared regional goals. Voice of America. <https://www.voanews.com/a/iran-turkey-relations-deepen-shared-regional-goals/4119043.html>. (Date of Access: 26.11.2017).

Jorgensen, K.E. (2016). Foreign and security policy: A case of the politics of alignment. In A. Tekin, & A. Güney (Eds.), *The Europeanization of Turkish public policies a scorecard* (pp. 116-129). Abingdon: Routledge.

Kaarbo, J., Lantis J. S. & Beasley R. K. (2013). The analysis of foreign policy in comparative perspective. In R. K. Beasley, J. Kaarbo, J. S. Lantis & M. T. Snarr (Eds.), *Foreign policy in comparative perspective, domestic and international influences on state behaviour* (pp. 1-26). Los Angeles: Sage, CQ Press.

Karacasulu, N. & Aşkar-Karakır, İ. (2011). Iran-Turkey relations in the 2000s: Pragmatic rapprochement. *Ege Akademik Bakış*, 11 (1), 111-119.

Kardaş, Ş. (2009). Merkel and Sarkozy call for privileged partnership angers Turkey. Eurasia Daily Monitor, 6 (92). <https://jamestown.org/program/-merkel-and-sarkozy-call-for-privileged-partnership-angers-turkey/>. (Date of Access: 12.03.2018).

Kayhan, Pusane Ö. (2016). Turkey's changing relations with the Iraqi Kurdish Regional Government. *Middle East Review of International Affairs*, 20 (2), 20-28.

Keohane R. O. & Nye, J. S. (1989) *Power and interdependence: World politics in transition*. Glenview, IL: Scott Foresman and Co.

Ker-Lindsay, J. (2000). Greek-Turkish rapprochement: The impact of disaster diplomacy? *Cambridge Review of International Affairs*, 14 (1), 215-232.

Keyman, F. (2017). Turkey's choice: Responding to security challenges through humanitarian norms with a revitalized EU anchor. *International Politics*, 54 (4), 453-467.

Kirişçi, K. (2004). The Kurdish question and Turkish foreign policy. In L. D. Martin & D. Keridis (Eds.), *The future of Turkish foreign policy* (pp. 277-314). Cambridge: MIT Press.

Kirişçi, K. (2006). Turkey's foreign policy in turbulent times. EU-ISS Chaillot Paper, No. 92. <https://www.iss.europa.eu/content/turkeys-foreign-policy-turbulent-times>. (Date of Access: 18.08.2017).

Kuru, T. A. (2012) Turkey, Iran and Sunni-Shiite tension. Brookings Institute. <https://www.brookings.edu/opinions/turkey-iran-and-the-sunni-shiite-tension/>. (Date of Access: 16.08.2017).

Major, C. (2005). Europeanization and foreign and security policy: Undermining or rescuing the nation state? *Politics*, 25 (3), 175-190.

McCurdy, D. (2008). Turkish-Iranian Relations: When the opposites attract. *Turkish Policy*, 7 (2), 88-106.

Mufti, M. (2002). Turkish-Syrian rapprochement: Causes and consequences. The Washington Institute Policywatch No.630. <http://www.washingtoninstitute.org/policy-analysis/view/turkish-syrian-rapprochement-causes-and-consequences>. (Date of Access: 15.08.2017).

Müftüler-Baç, M. & Gürsoy, Y. (2009). Is there a Europeanization of Turkish foreign policy? *Turkish Studies*, 11 (15), 405-427.

Nye, J. S. (2016). What is power in global affairs? In R. J. Art & R. Jervis (Eds.) *International politics enduring concepts and contemporary issues* (pp. 41-48). New York: Pearson.

Oğuzlu, T. (2016). Turkish foreign policy at the nexus of changing international and regional dynamics. *Turkish Studies*, 17 (1), 58-67.

Okur, Y. (2017). Around 44 civilians killed in PKK attacks across Turkey. Anadolu Ajansı. <https://aa.com.tr/en/todays-headlines/around-400-civilians-killed-in-pkk-attacks-across-turkey/986376>. (Date of Access: 30.12.2017).

Ovalı, A. Ş. (2012). From Europeanization to re-nationalization: Contextual parameters of change in Turkish foreign policy. *Studia Europaea*, (3), 17-38.

Öniş, Z. & Kutlay M. (2019). Global shifts and the limits of the EU's transformative power in the European periphery: Comparative perspectives from Hungary and Turkey. *Government and Opposition*, 54 (2), 226-253.

Özek, C. I. C. & Oğuzlu, T. (2013). Beyond the institutional logics: International level systemic analysis of EU-Turkish relations. *Turkish Studies*, 14 (4), 688-708.

Radaelli, M. C. (2000). Whither Europeanisation? Concept stretching and substantive change. *European Integration Online Papers*, 4. www.eiop.or.at/eiop/texte/2000-008a.htm. (Date of Access: 03.08.2017).

Renda, K. K. (2011). Turkey's neighbourhood policy: An emerging complex interdependence? *Insight Turkey*, 13 (1), 89-108.

Russia Today. (2013). First NATO Patriot battery goes operational in Turkey. (26.01.2013). <https://www.rt.com/news/nato-turkey-patriot-missile-807/>. (Date of Access: 25.08.2017).

Sadık, G. (2008). Iran and Turkey move closer on counter-terrorism cooperation. Jamestown Foundation. <https://jamestown.org/program/iran-and-turkey-move-closer-on-counter-terrorism-cooperation/>. (Date of Access: 17.08.2017).

Smith, H. (2004). Greeks vote down Cyprus unity plan. *The Guardian*. (25.04.2004). <https://www.theguardian.com/world/2004/-apr/25/cyprus.united-nations>. (Date of Access: 07.09.2017).

Smith, H. (2017). Erdoğan stuns Greek hosts on Athens visit. *The Guardian*. (07.12.2017). <https://www.theguardian.com/world/2017/dec/07/turkish-president-erdogan-to-make-landmark-visit-to-greece>. (Date of Access: 15.12.2017).

The Economist. (2017). Why Turkey and Greece cannot reconcile? (14.12.2017) <https://www.economist.com/the-economist-explains/2017/12/14/why-turkey-and-greece-cannot-reconcile>. (Date of Access: 15.12.2017).

The Guardian. (2017). Greek and Turkish warships in standoff in Aegean Sea. (30.01.2017) <https://www.theguardian.com/world/2017/jan/30/greek-and-turkish-warships-in-standoff-in-aegean-sea>. (Date of Access: 16.12.2017).

TRT World. (2019). One year since Turkey launched Operation Olive Branch in Syria. <https://www.trtworld.com/middle-east/one-year-since-turkey-launched-operation-olive-branch-in-syria-23458>. (Date of Access: 15.06.2019)

Wintour, P. (2017). Putin brings Iran and Turkey together in bold Syria Peace Plan. *The Guardian*. (22.11.2017). <https://www.theguardian.com/world/2017/nov/22/iranian-and-turkish-leaders-arrive-in-russia-for-syria-talks-with-putin>. (Date of Access: 27.11.2017).

Yayın Geliş Tarihi: 30.01.2019
Yayına Kabul Tarihi: 08.05.2019
Online Yayın Tarihi: 19.12.2019
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.519872>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1377-1410
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

DEVELOPING AN INPATIENT PERCEIVED HEALTHCARE SERVICE QUALITY SCALE (IP-HSQS)¹

Nurcan DENİZ*
Köksal BÜYÜK**

Abstract

Quality is a high priority topic in healthcare services. After the debates on the implementation of SERVQUAL- the most widely used generic scale to determine service quality, in the healthcare industry- recent studies on service quality focus on the development of industry and culture-specific scales. The first aim of this study is to develop a model for the conceptualization of healthcare service quality, and then develop a valid and reliable scale that can be used in measurement of the perceived healthcare service quality of inpatients in Turkish public hospitals through exploratory and confirmatory factor analyses. The study also recommends a method to be used in the model for the prioritization of dimensions. The devised scale was implemented on 268 patients in a public hospital in Eskisehir, Turkey. The output shows that the inpatients rank quality dimensions based on their priorities as staff quality, physical quality and process quality respectively. A 51-item scale has been recommended, as a result of the statistical analyses.

Keywords: Service Quality, Healthcare Industry, Scale Development, Healthcare Service Quality, Service Quality Perceptions of Inpatient.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Deniz, N. & Büyük, K. (2019). Developing an inpatient perceived healthcare service quality scale (IP-HSQS). *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1377-1410.

¹ This study was reproduced from the PhD thesis called "A Scale Development Study for Perceived Service Quality Measurement in Healthcare Sector" written by Nurcan Deniz and advised by Köksal Büyük. This thesis was supported by TUBITAK (The Scientific and Technological Research Council of Turkey) - 2211 National PhD Scholarship Program. The authors are grateful to Eskisehir Public Hospitals Union General Secretariat for giving permission to implement proposed scale.

* Assistant Prof. Dr., Eskisehir Osmangazi University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration, ORCID: 0000-0002-6617-3700, ndeniz@ogu.edu.tr, nurcanatikdeniz@gmail.com

** Associate Prof. Dr., Anadolu University, Faculty of Open Education, Department of Distance Education, ORCID: 0000-0002-2726-8854, koksalsbuyuk@anadolu.edu.tr

YATAN HASTALARIN SAĞLIK HİZMET KALİTESİNE İLİŞKİN ALGISINI ÖLÇMEK İÇİN BİR ÖLÇEK GELİŞTİRME ÇALIŞMASI²

Öz

Kalite sağlık hizmetlerinde yüksek derecede öncelikli bir konudur. Hizmet kalitesi ölçümünde en çok kullanılan jenerik bir ölçek olan SERVQUAL'in uygulanması üzerine yapılan tartışmalar neticesinde, son çalışmalar endüstri ve kültüre özgü ölçekler geliştirilmesi yönündedir. Bu çalışmanın ilk amacı sağlık hizmet kalitesinin kavramsallaştırılması için bir model önermek, sonrasında da açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri aracılığıyla Türkiye'de kamu hastanelerinde yatan hastaların sağlık hizmet kalitesine ilişkin algılarını ölçmede kullanılacak geçerli ve güvenilir bir ölçek geliştirmektir. Çalışma ayrıca modelde yer alan boyutların önceliklendirilmesi için de bir yöntem önermektedir. Önerilen ölçek Türkiye'de Eskişehir ilinde yer alan bir kamu hastanesinde yatan 268 hastaya uygulanmıştır. Çıktılar, yatan hastaların kalite boyutlarını öncelik sıralamasının personel kalitesi, fiziksel kalite ve süreç kalitesi şeklinde olduğunu göstermektedir. İstatistiksel analiz sonuçlarından hareketle 51 maddeden oluşan bir ölçek önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Sağlık Endüstrisi, Ölçek Geliştirme, Sağlık Hizmet Kalitesi, Yatan Hastaların Hizmet Kalitesi Algıları.

INTRODUCTION

Healthcare industry is one of the fastest growing industries in the service sector, in tandem with the aging population, increased consumption, newly emerging treatment methods and technologies (Dagger et al., 2007:123). In this regard, the healthcare service industry is becoming increasingly competitive (Murthi et al., 2013: 5499). Since the healthcare service industry is associated with a high degree of risk compared with other service industries, it is a very complicated issue and includes high variability (Rashid & Jusoff, 2009:471). However, the patients' perceptions on healthcare services are greatly undermined by healthcare service providers (Miranda, 2012: 387). Whereas the patients' feedback provides a useful foundation for the development of service quality (Senic & Marinkovic, 2013: 312) and service quality perceptions are positively related with patient satisfaction (Bakan et al., 2014).

SERVQUAL has been found to be the most widely used (49%) instrument to measure service quality quantitatively (Pai & Chary, 2013: 323). SERVQUAL's advantages are its proven validity and reliability, its ease of use, and its application of standardized analysis procedures (Rashid & Jusoff, 2009: 475). Yet, SERVQUAL, which has been introduced as a generic scale (developed from home-appliance repair firms, personal banking, long-distance telephone services and

² Bu çalışma Nurcan Deniz tarafından Köksal Büyük danışmanlığında yazılan "Sağlık Sektöründe Hizmet Kalite Algısının Ölçümüne Yönelik Ölçek Geliştirme Çalışması" adlı doktora tezinden türetilmiştir. Bu tez TÜBİTAK -2211 Ulusal Doktora Burs Programı tarafından desteklenmiştir. Yazarlar ayrıca Eskişehir Kamu Hastaneler Birliği Genel Sekreterliği'ne önerilen ölçeğin uygulama izni verdiği için teşekkür eder.

brokerage service industries data) (Teng, 2007: 476), faces problems in its implementation to specific industries, as it contains no industry-specific items (Carman 1990; Babakus & Boller 1992 as cited in Kayral, 2012). It has, however, been criticized for its purpose (Bennington & Cummane, 1998 as cited in İköz, 2010); the conceptualization of the model underlying it (Mirvea, 2012: 390); the structure and number of its dimensions (Mirvea, 2012: 390) its weak convergent validity (Ladhari, 2008); the need to conduct two separate surveys to measure the gap between expectations and perceptions (Mirvea, 2012: 390); the need for statistical analyses to cover this gap (Lam, 2000); its ambiguous definition of the expectation construct (Ladhari, 2008; Lupo, 2013); its weighting of dimensions (Cronin and Taylor, 1994: 129); its failure to maintain its actuality (Ladhari, 2008: 65), and interactions with various cultures (Ayhan, 2009: 66). Grönroos (2007) proposes that the SERVQUAL scale, is being inappropriately used. When emphasizing the need for its reevaluation, based on the framework within which it will be used and the need to add new dimensions or remove the current ones, Grönroos (2007: 86) argues that new methods should be found to measure perceived quality (Grönroos, 2007).

Studies on healthcare services conducted using SERVQUAL (e.g. Babakus & Mangold 1992; Brown & Swartz 1989; Carman 1990; Headley & Miller 1993; Walbridge & Delene, 1993) generally suggest that the psychometric attributes of the scale were not systematically examined (Miranda, 2012). Lam (2000) has implemented SERVQUAL in healthcare services, demonstrating that these five dimensions were not verified in the context of hospital services. Teng (2007), too, maintains that, when conducted in the context of hospitals, service quality scales resulted in findings inconsistent with the literature. A literature review underlines the need for customized theories and conceptualizations in services, such as healthcare, banking and education (Chahal & Kumari, 2010). Murti et al. (2013) also suggest that they conducted a great majority of their studies in the context of developed countries and that service quality structures designed for a specific culture cannot be conducted, particularly in the context of another developing culture. Aagja & Garg (2010) argue that since the scales designed for healthcare service quality measurement are generally made in developed countries, they cannot be generalized to developing countries. As a result of the debate on the generalization of SERVQUAL to other industries, the focus of recent studies has shifted from SERVQUAL's adaptation to the development of industry-specific service quality scales (Ladhari, 2008). Pai and Chary (2013), as a result of their literature review, have called upon researchers to evaluate dimensions within the context of the healthcare industry and to develop new tools rather than adapting SERVQUAL in order to measure healthcare quality. Chahal & Kumari (2010) argue that measuring service quality is a very complicated process, so it needs to be industry-specific. PRIVHEALTHQUAL (Ramsaran-Fowdar, 2008), PubHosqual (Aagja & Garg, 2010) and HEALTHQUAL (Miranda, 2010) are scales that have been developed for the healthcare industry.

The Turkish Ministry of Health launched a nationwide healthcare quality review in 2005, to implement Service Quality Standards in public hospitals for the evaluation and improvement of the quality of healthcare services (Service Quality Standards Guidelines, 2011). Service Quality Standards, considered as the basis of the national quality system, composed of 354 standards and around 900 sub-components, as a result of an update in 2008 (Service Quality Standards, 2011). “Management Services” is the most important sub-dimension covered under “Corporate Service Dimension” in this guidelines which includes regulations regarding patient satisfaction surveys in article 57 and feedback from patients and their families in article 59 (Service Quality Standards Guidelines 2011).

Also, inpatient services have attributes distinct from those of the outpatient and emergency department services. These services include longer service time for patients and hospitals functioning as hospitality venues. There is a higher probability of service delays with extended service procedures. The relationship between the medical staff (other than the physicians) and patients is also intensifying (Yagci, 2006). The statistics published by the Turkish Ministry of Health put the hospitalization time in public hospitals at 4.32 days’ average during the first half of 2016.

Within the scope of this study, a scale has been developed that can be used to measure service quality at the inpatient clinics of Turkish hospitals, by reviewing the approaches and practices towards the measurement of healthcare service quality both in Turkey and worldwide, and then the validity and reliability of the said scale has been examined at a public hospital. Also, service quality dimensions were ranked within themselves, through the prioritization model that has been developed. The second part of this paper is devoted to a literature review about service quality in healthcare. The third part is about the scale development process, while the fourth part collects the findings, followed by a conclusion consisting of analyses and recommendations.

LITERATURE REVIEW

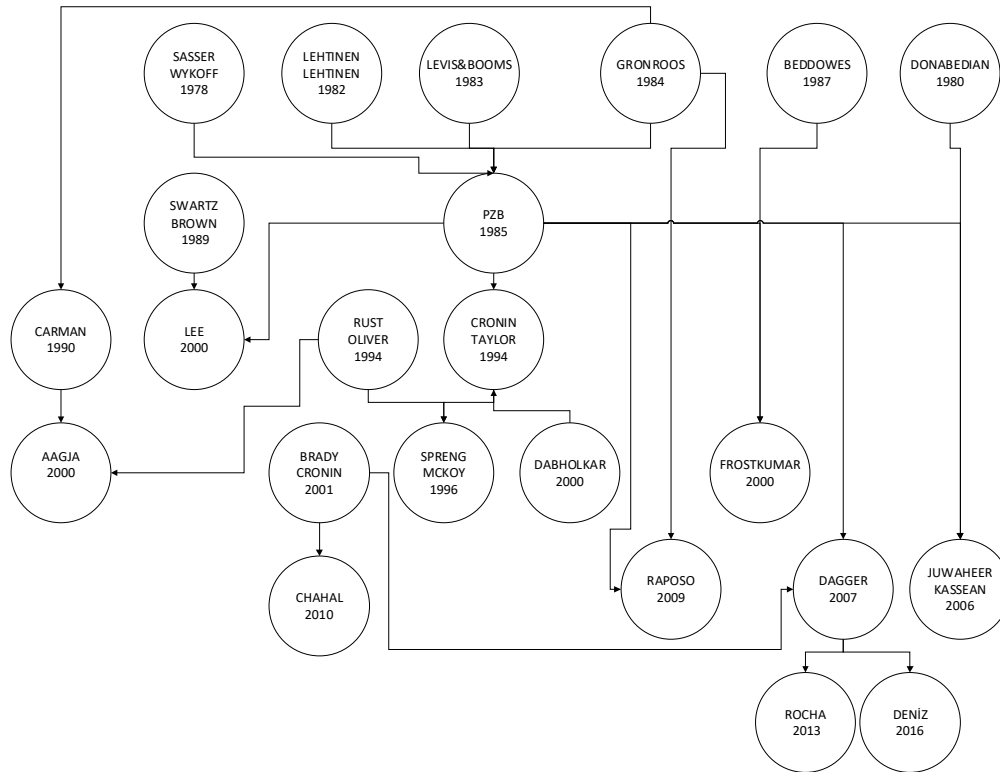
The perceived service quality model, which was suggested by Gronroos in 1982 and expressed to be the principal study in the literature on service quality, is based on the separation of technical/functional quality (Gronroos, 2001). The basis of the SERVQUAL scale is the Service Quality Gap Model suggested by Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988). Rust and Oliver’s (1994) Scandinavian model incorporated the service environment into the service quality measurement. Dabholkar et al. (1996) have proposed a multi-level model, based on three levels. Based on the view that very little effort was made to define and standardize sub-dimensions in quality measurement, Brady and Cronin (2001) proposed the service quality model, using a hierarchical approach.

The healthcare industry differs from production and other service industries, in that there is a great deal of information asymmetry between the service provider and the consumer (patient), payments are not being made directly, there are unique staff members such as doctors, the interaction between the patients and service providers is susceptible to damage, it is a regional industry rather than a global one, and there is a limited choice of doctors and treatment methods (Barzi, 2009). Donabedian (1980) defines healthcare service quality as “the application of medical science and technology in a manner that maximizes its benefit to health without correspondingly increasing the risk” (Mosadeghrad 2013). There again, Berry & Bendapudi (2007) established that although the healthcare service is one that people need, it is one that they generally do not want (Pai & Chary, 2013). Since the quality environment in the healthcare industry is younger and immature, compared with its counterparts in the production and other service sectors, healthcare quality requires unique approaches (Barzi, 2009).

As a result of study on 271 patients in Taiwan, Teng (2007) is said in the literature to be the first researcher to have developed a special service quality scale for hospitals, by developing a scale that, through 29 items under 6 factors, explaining %57.3 of the variance. Duggirala et al. (2008) designed an 86-question scale under 7 service quality dimensions in their study on 100 patients in India. By using the SERVQUAL scale to measure the service quality perceptions and expectations of patients in private hospitals, Ramsaran Fowdar (2008) introduced a new service quality survey, which was dubbed as PRIVHEALTHQUAL at the end of the study. Aagja and Garg (2010) developed the five-dimension PubHosqual scale to measure perceived service quality in Indian public hospitals, whereas Chahal & Kumari (2010) altered the sub-dimensions, under the main dimension of Brady and Cronin (2001)’s Hierarchical Service Quality Model, based on the claim that there were no appropriate tools for measuring service quality, satisfaction, loyalty and image in India, and recommended a new and more comprehensive model and service quality scale (HCSQ). Using the Sixth Gap for the first time in healthcare services, which was previously described by Lewis to be a result of the differences between the perceptions and expectations of customers and managers, Miranda (2010) investigated the usefulness of the HEALTHQUAL scale adapted from SERVQUAL when evaluating the healthcare service quality perceptions of patients and managers. As a result of their study on 80 patients in India, Agarval and Singh (2016) said that they had designed, a service quality scale for the pathology laboratory for the first time. The studies of Pai & Chary (2013), Akhade et al. (2013) and Murti et al. (2013) are other papers related to literature reviews on service quality in healthcare. Healthcare service quality perceptions also vary by country. There are also various studies, conducted by Raposo et al. (2009) in Portugal, Miranda (2010, 2012) in Spain, Aagja & Garg (2010) in India, Kashif et al. (2016) in Malaysia, Shabbir & Malik (2016) in Pakistan, and Lee (2016) in South Korea. A review of recent studies in Turkey (Turan and Bozaykıt-Bud, 2016) shows that SERVQUAL is being still used, rather than developing a scale particular to Turkey. The study of Bakan et al.

(2014) differs from the others, in that it uses the dimension structure proposed by Duggirala (2008). Studies on healthcare service quality are shown in Figure 1 to illustrate the relationships between service quality models.

Figure 1: Healthcare Service Quality Model Network



A literature review on healthcare service quality concluded that there were no universally recognized dimensions (Pai & Chary, 2013). Grönroos (1982) described two dimensions; namely, the technical and functional quality in the first conceptualization of service quality, whereas the most current version of SERVQUAL defined five dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy. Table 1 lists the dimensions from various literature studies. A review of the dimensions in this table concludes that dimensions, such as tangibles, facilities, and physical environment, can be grouped under physical quality; dimensions, such as personal relations, healthcare staff members, other staff members, interaction, staff, responsiveness, competence, reliability, nurse care, and empathy can be grouped under staff quality; while, dimensions such as punctuality, effectiveness, admission procedures, discharge procedures, management, efficiency, equality, safety, patient focus, process quality and technical, medical service, output, access, drug quality management, healthcare, and safety measures, can be grouped under process quality.

Table 1: Healthcare Service Quality Dimensions

	PHYSICAL	STAFF	PROCESS	Dimensions	Donabedian (1980)	Lee et al. (2000)	Dagger, Sweeney and Johnson (2007)	Teng(2007)	Duggirala, Rajendran and Anantharaman (2008)	Bazri (2009)	Raposo et al. (2009)	Chahal and Kumari (2010)	Aagja and Garg (2010)	Murti, Deshpande and Sristava (2013)	Polsa et al. (2013)	Senic and Marinkovic (2013)	Lee (2016)
*				Technical			√										
*				Infrastructure					√								
*				Tangibles		√		√						√	√	√	√
*				Reliability		√		√						√	√		
*				Responsiveness		√		√						√	√		
*				Competence		√		√						√	√		
*				Empathy		√		√						√	√		√
*				Environment			√										
		*		Access													
		*		Punctuality								√					√
*				Personal relations			√									√	
*				Facilities							√						
*				Medical Staff Members													
*				Other Staff Members													
		*		Effectiveness						√							√
		*		Management			√		√								
*				Staff					√		√						
*				Medical Service		√			√			√					
*				Nurse Care							√						
*				Healthcare							√						
*				Physical								√					
*				Interaction								√					
		*		Output	√							√					
		*		Safety						√							√
		*		Patient Focus						√							
		*		Efficiency						√							
		*		Equality						√							
		*		Structure	√												
		*		Process	√												
		*		Admission Procedures									√				
		*		Discharge Procedures									√	√			
		*		Safety Measures					√					√			
*				Professionalism		√											
*				Social Responsibility					√				√				
		*		Experience					√								
		*		Degree of Recovery													√
				Total Dimensions	3	7	4	5	7	5	4	3	4	8	5	3	5

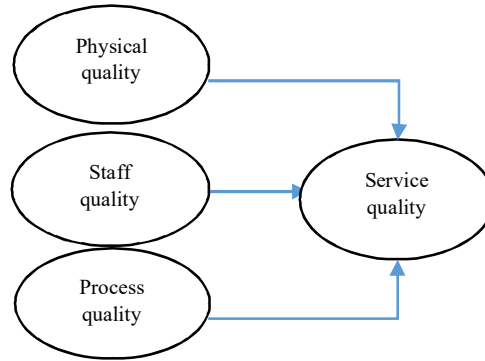
Scale Development Study

This study is a scale development study to measure the service quality perceptions of inpatients and based on the eight-step Scale Development Process outlined by DeVellis (2003).

Identification of the structure

The study asks the question “*What are the factors affecting the service quality perceptions of inpatients?*” It is modeled hierarchically and in this regard, it shares similarities with the study of Senic and Marinkovic (2013). The independent variables in this model (Figure 2) are physical quality, staff quality and process quality; whereas, the service quality is the dependent variable in the model.

Figure 2: Research Model



Generation of the item pool

Since there was sufficient theoretical knowledge in the field, the deduction method (Hinkin, 1995) was used to generate the item pool, using the items based on past studies. Following the creation of the initial item pool, the items in this pool were refined through personal interviews with doctors and patients (Ladhari, 2008) and using expert opinions (Voon, 2014). The questions in the pool were grouped by pre-survey questions, survey questions, and post-survey questions.

Pre-Survey Questions

Specific questions were asked to identify the patient before the introduction to service quality perception. As a result of their literature review, Pai and Chary (2013) reported that there is not any study comparing service quality among hospital departments. The patients were therefore first asked for their “*Department*”. “*Hospital stay type*,” “*Room Type*” and the “*Number of Patients in the Room*” were some of the other questions encountered in studies conducted in Turkey. Yasa (2012), Tokay (2000), Gronroos (2007), and Lee et al. (2013) also established that the measurements were made after treatment in a majority of the studies, neglecting the experience of patients before and during treatment, when pain levels are greatest.

Pai and Chary (2013) also reported that, in their literature review, they came across no comparisons of the quality perceptions of short and long-term patients in any study. So, the patients were asked “*How many days have you been in the hospital?*” Hair et al. (2008) and Gronroos (2007) also reported the distinction between customers/regular customers for the first time with regard to service quality. Senic & Marinkovic (2013) included the number of admissions in their scale. The question “*Is this your first time in this hospital?*” is aimed at measuring the patients’ level of experience. It was observed that the patients were hospitalized for surgery or tests/treatment. “*The reason for hospitalization*” was also queried in this regard.

Survey Questions

All expressions in the scale (*it is stated in the Appendices and items removed after factor analysis are written in italics*) are positively written according to Miranda (2012)’s conclusion about positive and negative expressions together can cause confusion. The last question of the survey was phrased as an open-ended question.

Post-Survey Questions

Demographic questions were left to the end of the survey, to make responders free according to the suggestions of Hair et al. (2008). As well as age (Öziç, 2007), information was sought on sex and education level (Pai & Chary, 2013) through these questions. Furthermore, the patients’ reasons for choosing the hospital were broadened (affordability, proximity to home, timeliness and technology) in the light of the proposals of Grönroos (2007). The question “*Do you have pain now?*” directed by Teng (2007) as well as the questions “*Did you hear any bad stories about this hospital?*” and “*Did you hear any good stories about this hospital?*” were included, to measure the effects of image, in keeping with the thinking of Gronroos (2007). There is also a question about the presence of companions. The questions that were directed for the first time in the literature were Grönroos (2007)’s question “*How do you feel now?*” based on the service quality perceptions of individuals could change by their moods (*angry, happy, depressive, excited, frightened, upset, normal*) and again the question “*Do you like interacting with others?*” was based on Grönroos’s (2007) argument that service receivers could be active or passive in their communication during the rendering of services, thus expectations of the relationship could be different.

Identification of the method of measurement

Based on the assumption that the patients will make the best assessment (Leebov & Scott, 1994), the scale was applied to patients who received healthcare services. Macur (2013) also state that patient is in the heart of definition of quality in health care and patients’ views and opinions give insight to quality assessment that are not evaluated by medical staff and often seem to be more important. Just as in SERVPERF (Cronin and Taylor 1992), only the perceived service quality was measured in this study, in consideration of the healthcare status of inpatients.

DeVellis (2003) generally used Likert-type scales to measure ideas, beliefs and attitudes, which are easy for the responders. A 5-item Likert scale was adopted, based on the fact that the 5-item Likert-scale has been used in most of the previous studies in Turkey (Taskiran Mohammad, 2007; Ozic, 2007; Yasa, 2012; Eldem, 2009 and Kayral, 2012). Karatepe and Avcı (2002) have demonstrated that the 7-item Likert scale causes difficulties in understanding and replying, on the part of Turkish responders (Kayral, 2012), and Lam (1997) has demonstrated 5-item Likert scales reduce the frustration levels of responders, increasing response rates and response quality (Pai & Chary, 2013). The Likert scale was applied via VAS (Visual Analogy Scale) scale, particularly to facilitate its use on elderly people (Vavra, 1999).

Development of the expert-reviewed initial item pool

A draft of the initial survey questions was prepared for the pilot survey, in line with the opinions of doctors, academics and patients, to ensure the face and content validity of expressions in the item pool.

Deciding on the items to be included in the scale

This step is called as structuring of the scale. Designing a survey form as short, comprehensible and concise as possible is the purpose of this step. The pilot survey was conducted and tested using one-to-one interviews on 20 patients, who were receiving treatment as of 12.12.2015 at the Department of Physical Therapy and Thoracic Surgery of a public hospital and were able to respond to the survey. Unclear questions were identified and necessary adjustments (6 questions were removed; 13 questions were added) were made, and the scale expressions were finalized, taking into consideration the suggestions and criticisms of the responders.

Testing the developed scale on a sample group

The scale was tested in a 618-bed public hospital in Eskisehir city in Turkey, where the authors live. The subject hospital is one of the pilot hospitals in the Service Quality Standards study of the Turkish Ministry of Health. It is considered that the inpatients responding to the survey correctly understood and replied the measurement tool. The survey was conducted in all departments, except for inpatients in the intensive care and psychiatry departments. Medical vocational high school students, who were undertaking their practical training at the hospital, conducted the scale using the face-to-face survey method. Before conducting the scale, the students were informed about the issues of which they should be aware.

During the sample selection stage of the study, the survey was conducted on all patients who could respond to the survey (patients in good health and psychological condition to respond to the survey and patients for whom there was no risk of infection) from among the 461 patients who were hospitalized as of 12.01.2016. Therefore, the purposive sampling method, which is widely used (e.g.

Senic & Marinkovic, 2013; Aagja & Garg, 2010) in the marketing literature, was preferred.

As a result, the scale was applied to 268 patients in 14 departments (Table 2). A comparison of the sample of the scale development and scale validity studies in the field of service quality showed that a sample of 200 (Parasuraman et al., 1988), 277 (Sureshchander et al., 2002), 227 (Dabholkar et al., 1996), 115 (Bahia and Nantel, 2000), 225 (Yağcı, 2006), and 201 (Aagja & Garg, 2010) were of a similar nature.

Table 2. Distribution of Conducted Surveys by Departments

Name of Department	Number of Surveys Conducted
Radiation Oncology	19
Thoracic Diseases	24
Internal Diseases A	20
Medical Oncology	5
Hematology	5
Medical Oncology-Hematology	14
Cardiology	18
Internal Diseases B	21
Orthopedics	18
CVS (Cardio-Vascular Surgery)	10
Neurology	25
Urology	21
Brain Surgery	22
Infection	8
General Surgery	20
Orthopedics 2-ENT (Ear, Nose and Throat)	9
ENT	9
TOTAL	268

Evaluation of items

A more detailed explanation of exploratory and confirmatory factor analyses performed for the “validity” and “reliability” analyses of the scale can be found in the statistical analysis section.

Optimization of sample length

A survey should ask only essential questions. The survey form that was finally recommended for use, as a result of the analyses performed in the first seven steps, is attached to this paper.

Prioritization Model

Within the scope of this study, the dual comparison of Buyukozkan et al. (2011), which prevents repetitions, and the weight determination methods of Gulmez (2005) for each of the significance levels, were studied together and a method that was visually easy to implement and ensured that the results were obtained with the least number of comparisons, was developed. The algorithm of the method, valid for 3 dimensions, includes the following steps. The purpose of the first step is to increase the probability of completing the process through two comparisons.

Algorithm:

Step 1: Comparison of the dimensions except the dimension which is taught to be the most important dimension.

Step 2: Comparison of the dimension considered to be more important in the first step with the dimension which is taught to be the most important dimension.

Step 3: If the assumption is verified in the second step about the most important dimension STOP since the other dimensions are sorted in themselves in the preceding question, ELSE go to Step 4.

Step 4: Comparison of the dimension which is taught to be the most important dimension with the dimension identified to be less important in the first step comparison. STOP.

In the first step of the implementation of the algorithm, the staff dimension has been considered to be the most important dimension based on literature (e.g. Raposo et al., 2009; Senic & Marinkovic, 2013; Miranda 2010; Kumaraswamy, 2012). According to the 258 responses (10 inpatient did not answered the left prioritization question), 178 inpatient reached the ranking through two comparison. On the other hand 80 inpatient reached the ranking through three comparison. This result is a good indicator of practicability of the algorithm along with a 22.96% decrease in the number of comparisons. In the end of the algorithm, the dimensions are ranked in 3 different orders (first, second and third) in six different combinations. In this study we made an assumption about the importance of the dimension orders in ranking that ranking first is twice as important as being ranking second. In the same logic, ranking second is twice as important as ranking third. As a result of this model, the most important dimension was found to be the staff dimension at 47.12%. The second most important dimension was found as process dimension at 31.78% and the physical dimension, as the third most important dimension, at 21.09%.

Statistical Analyses

Selection of statistical tests

Exploratory Factor Analysis (EFA) was performed to identify the factors within the scope of this study, and Confirmatory Factor Analysis (CFA) was performed to confirm the model. Statistical analyses are conducted with SPSS 21.0 and AMOS 21.0 software.

Data preparation for analysis

Also known as data screening, to initially determine that the data were error-free, all the subject values were examined at this stage, in order to understand whether or not they corresponded to category codes (Tabachnick & Fidell, 2011) and 19 erroneous data entries were identified. The surveys were reviewed again and the correct values were identified and erroneous data corrected. Surveys with more than 5 missing questions were identified and 8 surveys were excluded from the analysis. A small amount of missing data, corresponding to about five per mille of the 107 missing data, were identified. Little's MCAR test results ($p=0,00$) also show that the missing data are random. Therefore, median values were assigned instead of the missing data for compliance with the Likert scale (Gaskin, 2016). Furthermore, 7 surveys with zero standard deviation values, in other words, surveys with the same replies to all questions, were identified and excluded from the analysis, in order to determine the no-response replies.

Providing assumptions

There need to provide some assumptions before the factor analyses. The first assumption is about the sample adequacy. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test is the most frequent test to obtain whether the sample is enough or not. The higher KMO values show that one variable can be predicted according to the other variable (Tabachnick and Fidell, 2011). Obtaining the KMO value of the 72 questions to be subjected to Factor Analysis at 0.882 indicate that the sample is adequate. The second assumption is about normality. Tabachnik and Fidell (2011) defines multivariate normality as all variables and their linear combinations are normally distributed. Barlett's Test of Sphericity is the frequently used test and the values smaller than 0.05 shows an consistency with multivariate normality (Kumaraswamy, 2012). The $p=0.000$ value, obtained as a result of the Barlett Test, showed that the data were from the multivariate normal distribution. In addition to Barlett Test, it is advised to examine anti-image correlation matrix. The diagonal values of items (MSA) higher than 0.5 are advised to include in factor analysis (Yalçın İncik et al., 2015). It was found that all the values in the anti-image correlation matrix were in the range of [0.674-0.948]. Multicollinearity is the third assumption need to be analyzed. Tabachnick and Fidell (2011) advise to use Variance Inflation Factor (VIF) to detect the multicollinearity. Since the VIF values calculated for the data under this study were in the range of [1.708-4.923] and as they were lower than 10

(Duggirala et al., 2008; Murti et al., 2013), it was concluded that there were no multi-collinearity problems.

Results of descriptive analysis

Due to high number of questions, the data are summarized in Tables 3.a and 3.b. From an initial general examination of the mean values and variances of the quality assessment of the patients, they were observed to contain high values and low variability. Making the same conclusion, Teng (2007) reported that this was because the patients found it difficult to compromise among service quality components in the healthcare industry. A review of the lowest and highest values in the Table shows that each question was given 1 (excluding questions 31 and 60) and 5 values at least once. It was found that the mean values of questions 21, 70 and 63 were the lowest. Thus, it can be assumed that there is a problem in service quality perceptions regarding the parking lot, companions and the cafeteria. The sample that replied to the survey was seen to be more often married and older individuals with lower education levels.

Table 3.a. Descriptive Statistics about the Questions in the Scale

Range of Mean	Number	Percentage	Range of Mean	Number	Percentage
(4.5-4.64]	18	25.00	(1,125-1,514]	12	16.67
(4.0-4.5]	49	68.06	(0,75-1,125]	51	70.83
(3.5-4.0]	3	4.17	[0,647-0,75]	9	12.50
[3.02-3.5]	2	2.78			0
TOTAL	72	100	TOTAL	72	100

Table 3.b. Demographic Statistics about the Questions in the Scale

Demographic Variable	Frequency	Percentage
Gender		
Female	120	49.8
Male	121	50.2
Age		
18-30	4	1.58
31-40	12	4.74
41-50	23	9.09
51-60	56	22.13
61-70	57	22.53
71-80	22	8.70
81-90	12	4.74
Marital Status		
Single	22	9.2
Married	189	79.4
Widowed	22	9.2
Divorced	5	2.1
Education		
No Schooling	19	7.8
Primary School	137	56.1
Secondary School	40	16.4
High School	37	15.2
University	11	4.5

Preliminary reliability of measurement

Internal consistency reliability is usually measured using the Cronbach's alpha coefficient (DeVellis, 2003) and 0.70 (Hair et al., 2003) is considered as the critical value. This study examined the alpha values when an item was deleted, similar to that used by Aagja and Garg (2010) and Teng (2007), to eliminate unreliable questions during the scale purification phase of the scale development process. Also, negative coefficients show the inappropriateness of the order of the questions, using the split-half method (Eldem 2009) and split-half coefficients higher than 0.6 are indicate the consistency of the scale (Ozdamar, 2004).

The Cronbach's alpha threshold values of each dimension are determined as 0.893 (physical), 0.928 (staff) and 0.832 (process) respectively. All values higher than 0.70, show the internal consistency (Hair et al., 2003). According to the item-total statistics of 23 items in physical dimension, only the Cronbach's alpha if item deleted value of item 21 (0.897) is determined bigger than the physical dimension's threshold Cronbach's alpha value of 0.893. As a result, item 21 (parking) was removed and the physical dimension's Cronbach's alpha value is increased to 0.897 with 22 items. Also, use of the split-half reliability analysis yielded the alpha values 0.843 and 0.809. Because the values are higher than 0.6, there is a consistency. It can be concluded that the order of the questions is appropriate according to all item-total correlation matrix coefficients are positive.

In the staff dimension with the threshold value of 0.928, Cronbach's alpha value if item is deleted are question 9 (being informed about patient rights), 10 (being informed about the procedure during hospitalization) and 43 (sufficient number of nurses) 0.932, 0.928 and 0.928 respectively. These three items are removed one-by-one and the Cronbach's Alpha value of the 30-question scale was found to be 0.934. Alpha values of 0.878 and 0.878 (higher than 0.6) were found as a result of the reliability analysis conducted using the split-half method. It can be concluded that the order of the questions is appropriate according to all item-total correlation matrix coefficients are positive.

In terms of the process dimension, when the Cronbach's alpha value (0.839) was larger than the Cronbach's alpha value (0.832), the third question about the patients' choice of doctors was excluded from the analysis, and the Cronbach's alpha value of the 15-question dimension was found to be 0.839. Alpha values of 0.744 and 0.764 (higher than 0.6) were found as a result of the reliability analysis conducted using the split-half method. It can be concluded that the order of the questions is appropriate according to all item-total correlation matrix coefficients are positive.

Cronbach's alpha value of the first scale, consisting of 67 questions, was found to be 0.957 in terms of overall service quality. As no negative values were found in the part-whole correlation matrix for all dimensions, which showed the appropriateness of the order of questions.

Exploratory factor analyses (EFA)

EFA was carried out on the first 72 questions, except for those questions relating to demographics. Questions 73 and 74, concerning behavioral intention; questions 75 and 82 seeking yes/no answers; questions 82.a and 82.b regarding the reason for choice; open-ended questions 76, 77 and 83 and questions 78, 79 and 80, regarding the complaints procedure, were only answered by 11 people.

As the aim was to gather information about the nature of factors and since an equal interval scale was used in other similar studies in the literature (Senic & Marinkovic, 2013; Dagger et al., 2007; Chahal & Kumari, 2010; Miranda, 2010), the "principal component analysis" factorization technique was chosen, in line with the recommendations of Tabachnick & Fidell (2011). An eigenvalue of more than 1 was used when determining the number of factors. The number of factors was considered together with the theoretical information. With regards to the removal of items, the questions were eliminated first based on the criteria of overlapping (having a factor load bigger than 0.32 on more than one factor where the difference between the said load values is less than 0.10) and then based on the criteria of having factor loads under 0.45 (Tabachnick & Fidell, 2011). The recommendation of Tabachnick & Fidell, (2007) was that initially an oblique rotation technique promax should be used to examine the values in the correlation matrix and that oblique rotation should be used if the factor correlation is 0.32 and above. Tabachnick & Fidell (2011) also recommend that the varimax rotation method should be adopted when the principal component analysis is used.

EFA for the Physical Dimension

Six dimensions were found with eigenvalues over one, as a result of the analysis performed without adopting the rotation method, for the physical dimension. Questions 20, 28, 15 and 19, respectively, which were loaded on more than one dimension, excluded from the analysis using the varimax rotation technique at each step of the analysis. As a result, a structure was obtained explaining 63.622% of the variance (Table 4.a) with 18 questions and 5 factors. A review of common factor variances found no values less than 0.20, so no items were removed from the scale.

Table 4.a: Common Factor Variance as a result of Physical Dimension EFA

	Component					Common factor variance (h ²)	Sub-dimension
	1	2	3	4	5		
Question25	.861	.106	.068	.097	.130	0.783	Food
Question24	.824	.225	.038	.156	.102	0.765	
Question22	.816	.146	.161	.142	.044	0.735	
Question26	.755	.080	.139	.140	.149	0.637	
Question23	.731	.101	.156	.040	.189	0.607	
Question12	.210	.817	.194	.215	.166	0.823	Cleanliness
Question13	.151	.811	.023	.104	.184	0.726	
Question11	.201	.752	.311	.185	.072	0.743	
Question63	.228	-.023	.704	-.015	.154	0.572	Facility-1
Question16	.166	.261	.620	.162	.128	0.523	
Question66	-.019	.015	.601	.274	.052	0.439	
Question70	.099	.283	.587	.056	.029	0.439	
Question5	.068	.143	.078	.812	.204	0.732	Facility-2
Question4	.211	.099	.132	.799	.074	0.715	
Question62	.133	.157	.163	.496	.073	0.320	
Question17	.235	.086	.268	.179	.710	0.671	Ergonomics
Question18	.249	.032	.095	.219	.703	0.614	
Question14	.046	.347	.026	.016	.697	0.609	

EFA for the Staff Dimension

Seven dimensions were found when EFA was performed without rotation on the 30 questions under the Staff Dimension. Questions 50, 45, 36, 52, 57, 51, 39, 41, 46, 55, respectively, were removed from the analysis, as they were overlapped on more than one factor. Twenty questions were gathered under 4 factors accounting for 57.246% of the variance (Table 4.b). No items were removed from the scale, as the review of common factor variances yielded no values of less than 0.20.

Table 4.b: Common Factor Variance as a result of Staff Dimension EFA

	Component				Common factor variance (h ²)	Sub-dimension
	1	2	3	4		
Question37	.784	.237	.176	.074	0.707	First (Providing information-relationship-attitude-sparing time, level of information-accessibility)
Question35	.779	.224	.109	.175	0.699	
Question42	.720	.068	.143	.081	0.551	
Question33	.586	.315	-.054	.147	0.467	
Question48	.576	.133	.134	.460	0.579	
Question61	.559	.097	.247	.224	0.433	
Question38	.550	.247	.278	-.144	0.462	
Question53	.541	.027	.247	.336	0.467	
Question31	.132	.813	.173	.213	0.753	Second (Providing information-relationship)
Question30	.055	.801	.124	.249	0.722	
Question32	.277	.769	.097	.038	0.679	
Question29	.219	.747	.197	.093	0.653	
Question34	.280	.667	.229	.139	0.595	
Question56	.251	.148	.723	.177	0.639	Third (Level of information-reliability)
Question58	.194	.180	.679	.172	0.562	
Question44	.136	.114	.643	-.007	0.445	
Question7	.064	.308	.536	.362	0.517	
Question40	.090	.133	.013	.737	0.570	Fourth (Attitude-level of information-providing information)
Question59	.203	.144	.222	.575	0.442	
Question47	.216	.337	.229	.544	0.508	

EFA for the Process Dimension

Four dimensions were found with eigenvalues over one, as a result of the analysis performed without adopting the rotation method for the process dimension. However, the number of dimensions was reduced to three after the removal of items 64 and 8, respectively, due to overlapping. An investigation of the items in terms of sub-dimensions revealed that the visitor sub-dimension combined with the hospitalization process. Visitor sub-dimension became fourth dimension after forcing the number to 4 dimensions. As a result, 13 questions and 4 dimensions (Table 4.c) explained 61.543% of the variance. A review of common factor variances showed that no items were removed from the scale because there were no values lower than 0.20. Table 4.c shows the dimension structure of the process dimension.

Table 4.c: Common Factor Variance as a result of Process Dimension EFA

	Component				Common factor variance (h ²)	Sub-dimension
	1	2	3	4		
Question60	.760	.021	.162	.053	0.608	Hospitalization process *Post-hospitalization
Question49	.696	.152	.132	.113	0.538	
Question67	.647	-.003	-.061	.346	0.543	
Question69	.647	.084	.313	.068	0.528	
Question54	.632	.300	.232	-.079	0.549	
Question68	.611	.103	.174	.372	0.553	Pre-hospitalization
Question2	.091	.876	.055	-.025	0.780	
Question1	.043	.843	.115	.059	0.730	
Question6	.272	.592	-.040	.319	0.528	
Question71	.145	.047	.800	.157	0.688	Hospitalization
Question72	.311	.076	.737	.090	0.654	
Question27	.080	.053	.048	.818	0.681	Visitor
Question65	.227	.135	.328	.666	0.622	

An overview of the factors obtained as a result of the EFA shows that the factors contained in the relevant literature within the conceptual framework regarding service quality in healthcare are significantly covered. Scherer et al. (1988) states that a variance explained between 40-60% would be sufficient in social sciences (Tabachnick and Fidell, 2011). A review of literature on service quality in healthcare shows that Yagci (2006) found an explanation rate of 74.507%, and Miranda (2010), who found 4-factor results, an explanation rate of 71.5%. While Senic and Marinkovic (2013) found a variance rate of 64.68% explained by 3 factors, it is seen that Kumaraswamy (2012) explains 72.56% of the variance by 3 factors. In another study that found 4 factors, Dagger et al. (2007) found the rate of 79.8% while Lam (2000) found a rate as low as 61.34% using 6 factors.

Confirmatory factor analysis (CFA)

Bollen and Long (1993) reported that the CFA performance process is essentially made up of five stages (Lam 2000): (1) model specification (2) identification, (3) estimation, (4) model fit and (5) where necessary, re-specification. In this regard, the conceptual framework regarding service quality in healthcare and the EFA results, based on this framework, were initially utilized during the specification of the model. Maximum Likelihood method is used in identification stage.

CFA for the Physical Dimension

The designs for the path diagram and measurement model were based on the factor structure found as a result of EFA. Following initial CFA, questions 62 (0.45) and 66 (0.57) weighing under 0.60 (Aagja and Garg, 2010) were respectively removed from the scale, resulting in the fit values shown in Table 5.

CFA for the Staff Dimension

Following initial CFA, all regression coefficients were found to be greater than 0.6 (Aagja and Garg, 2010). Since the fit indices were not within acceptable

limits (Ergin, 2010), questions 34 and 47 were removed, since the standard residual values were greater than 2.58. Also, a covariance was added between questions 29 and 32, which have the highest modification index values (Gaskin, 2016).

CFA for the Process Dimension

Following initial CFA, all regression coefficients were found to be greater than 0.6 (Aagja and Garg, 2010). Since the fit indices were not within acceptable limits (Ergin, 2010), item 6 was removed as the standard residual value was greater than 2.58. Also, a covariance was added between questions 67 and 68, which had the highest modification index values (Gaskin, 2016).

Table 5: Interpretation of the Fit Index Values on Dimensions as a result of the CFA

Fit Index	Optimal Fit Range*	Acceptable Fit Range*	Physical	Result	Staff	Result	Process	Result
Chi-square/sd	0-2	2-3	1,481	Satisfactory	1,969	Satisfactory	1,828	Satisfactory
RMSEA	0-0,05	0,05-0,08	0,044	Satisfactory	0,062	Acceptable	0,057	Acceptable
GFI	0,95-1,00	0,9-0,95	0,936	Acceptable	0,905	Acceptable	0,949	Acceptable
CFI	0,97-1,00	0,95-0,97	0,973	Satisfactory	0,928	*	0,950	Acceptable
AGFI	0,9-1,00	0,85-0,9	0,907	Satisfactory	0,873	Acceptable	0,916	Satisfactory
AIC	Lower than AIC for the compared model	Lower	Lower	Satisfactory	Lower	Satisfactory	Lower	Satisfactory
CAIC	Lower than CAIC for the compared model	Lower	Lower	Satisfactory	Lower	Satisfactory	Lower	Satisfactory
ECVI	Lower than ECVI for the compared model	Lower	Lower	Satisfactory	Lower	Satisfactory	Lower	Satisfactory
Factor Loads	0.6	0.5	>0.82	Satisfactory	>0.62	Satisfactory	>0.61	Satisfactory

*(Ergin, 2010)

A review of the fitness values of the model given in Table 5 shows that all fit indices were within safe and acceptable limits. Some low values were observed only in the CFI value under the staff dimension. However, since the covariance recommended in modification indices were not under the same factors, no increase could be made in the CFI value by drawing a covariance. Duggirala et al. (2008) also state that CFI values greater than 0.90 were sufficient for factor validity. It was found to be 0.887 in the study of Aagja & Garg (2010), at 0.84 in the study of Chahal & Kumari (2010) and 0.92 in the Senic & Marinkovic (2013) study. In light of these findings, it was concluded that the factors under the staff dimension exhibited a good model fit and that the path diagram was statistically meaningful.

Table 6: CFA Factor Loads

	Physical			Staff			Process		
Dimension	Item	Factor Load	Dimension	Item	Factor Load	Dimension	Item	Factor Load	
Food	22	1.00	First	33	0.92	Hospitalization	69	1.00	
	23	0.95		35	1.23		68	0.73	
	24	1.08		37	1.03		67	0.69	
	25	1.10		38	0.77		60	0.99	
	26	0.92		42	0.91		54	0.95	
Cleanliness	13	0.85		48	0.85		49	0.90	
	12	1.07		53	0.86	Pre-hospitalization	2	1.0	
	11	1.00		61	1.00		1	1.07	
Facility-1	70	0.99	Second	29	0.97	Hospitalization	65	1.00	
	63	0.82		30	1.13		27	0.62	
	16	1.00			31	0.99	Companion	72	1.00
Facility-2	5	1.02		32	1.00			71	1.00
	4	1.00	Third	7	0.88				
Ergonomy	18	1.09			44	0.91			
	17	1.13			56	1.02			
	14	1.00		58	1.00				
			Fourth	40	0.61				
				59	1.00				

Final reliability of the measure

Composite reliability values as well as the Cronbach’s alpha value were reviewed for the reliability test (Chahal & Kumari, 2010; Senic & Marinkovic, 2013). Except for the low values in facility_1 and ergonomics factors covered under the physical dimension; third and fourth factors covered under the staff dimension; pre-hospitalization and companion process factors covered under the process dimension, composite reliability values were shown to be greater than 0.7, as recommended by Nunnally (1978).

Table 7: Composite Reliability and Explained Average Variance Values

Dimension	Factor	Composite Reliability	AVE
Physical	food	0,89	0.63
	cleanliness	0.86	0.68
	facility 1	0.58	0.32
	facility 2	0.75	0.60
	ergonomy	0.66	0.40
Staff	per 1	0.86	0.43
	per 2	0.80	0.61
	per_3	0.71	0.38
	per 4	0.60	0.33
Process	post_hospitalization	0.80	0.41
	hospitalization	0.76	0.62
	pre_hospitalization	0.60	0.45
	companion	0.54	0.36

Validity of the measure

Identification of the service quality structures, based on the literature and pilot studies, are indicators that face validity has been established (Murti et al., 2013). The content validity of the scale was established through a comprehensive conceptual and experimental literature review in order to generate an item pool (Schwab, 1980), interview with academics and experts (Duggirala et al., 2008; Chahal & Kumari, 2010), and feedback from doctors and patients. Satisfactory level of fit indices and factor weights, found as a result of the CFA, are indicators of construct validity. In terms of the assessment of the convergent validity, which means the existence of a significant correlation between a measure measuring a structure and other measures measuring the same structure, a single question (question 81) measuring overall service quality was added into the scale, in line with the recommendation of Aagja & Garg (2010); and after the questions were reduced to a single question, through weighing by regression coefficients, their relationship with the overall perception was examined and a statistically significant correlation was found ($p < 0.01$), which is an indicator of convergent validity. Also, the factor loads are greater than 0.6 according to CFA results (Aagja and Garg, 2010). As can also be seen in Table 8, the average value of the correlations of each factor with other factors (ASV) being lower than average variance extracted (AVE) is another indicator of the convergent validity (Sony 2016). The AVE calculated and extracted for each factor shown in Table 8 in line with the recommendation of Fornell and Larcker (1981) being higher than the square of the maximum correlation (MSV) of that factor with other factors is an indicator of the discriminant validity (Pai and Chary, 2013; Daggar et al., 2007; Teng, 2007; Senic and Marinkovic, 2013; Chahal & Kumari, 2010). The degree of the correlation between the total scale score was based on the sum of all factor scores within the scope of this study and the degree of correlation between a single question and perception in question 81 was found to be 0.587. This value, being between 0.3 and 0.6, is an indicator of simultaneous validity (Teng, 2007).

Table 8: Discriminant and Convergent Validity Assessment

Physical	food	cleanliness	fac_1	fac_2	ergo	AVE	MSV	ASV
food	0.79					0.63	0.11	0.08
cleanliness	0.46	0.82				0.68	0.16	0.10
facility_1	0.52	0.61	0.57			0.32	0.16	0.10
facility_2	0.40	0.47	0.51	0.77		0.60	0.10	0.07
ergonomics	0.55	0.53	0.64	0.53	0.64	0.40	0.16	0.08
Staff	first	second	third	fourth		OAV	MSV	ASV
first	0.66					0.43	0.04	0.04
second	0.50	0.78				0.61	0.04	0.04
third	0.65	0.58	0.62			0.38	0.04	0.04
fourth	0.61	0.53	0.67	0.58		0.33	0.04	0.04
Process	Post hosp.	Hosp.	Pre-hosp.	Comp.		OAV	MSV	ASV
post hospitalization	0.64					0.41	0.08	0.05
hospitalization	0.33	0.78				0.62	0.08	0.05
pre_hospitalization	0.57	0.25	0.67			0.45	0.03	0.03
companion	0.74	0.63	0.26	0.60		0.36	0.08	0.06

OTHER ANALYSES

Quality of Findings and Behavioral Intent Analysis

In question 73, the patients’ willingness to recommend the hospital to others was tested with the Net Promoter Score (Pollack & Alexandrov, 2013) question, and their degree of approval of the statement “*I will complain about the hospital to other people.*” was investigated in question 74. A large majority of the patients (64.9%) said they would recommend the hospital to others, while the rate of patients who said they would certainly complain about the hospital to others stood at 12.1%. Another action regarding behavioral intention is the preference of the hospital again. In this respect, the question 82, asked, “*Would you chose the hospital again?*” The patients who said they would choose the hospital again (96.7%) were asked about their reasons. As a result, while the rate of patients who chose the hospital because of the obligation was 38.2%, the rate of patients who said they chose the hospital for its high quality services was 93.1%.

Qualitative Analysis of the Open-Ended Question

While question 83, “*Is there anything you want to add to improve the quality of services offered by the hospital?*” was directed as an open-ended question, only 55 of the 268 surveys (20.52%) were returned. The researcher and the doctor conducted text analysis independently, to establish reliability and validity. A comparison of the analysis results gave a reliability rate of 89% after dividing the

sum of difference values to the total number of complaints/recommendations. It can be seen that the highest number of complaints/recommendations concerned about companions. Parking lots, rooms and staff behavior are other topics of interest. Also, the responses given to the open-ended questions were comparatively analyzed with the corresponding replies in the scale and a consistency of 67% was found.

CONCLUSION

With a rapidly growing economy in Turkey, the share of the service sector is rapidly increasing. This study designed a 51-question, multidimensional, valid and reliable scale, based on a hierarchical and conceptual framework, to evaluate the service quality perceptions of inpatients in the healthcare industry, which has a significant place in the service industry, thereby contributing to the relevant literature. In this study, healthcare service quality was modeled as a hierarchical structure with the main dimensions being physical, staff and process quality. As a result of the conducted factor analyses, the sub-dimensions under the physical quality dimension were found to be food, cleanliness, facility-1, facility-2 and ergonomics. The sub-dimensions under the process quality dimension were pre-hospitalization, hospitalization, post-hospitalization and companions. The only problem with the sub-dimensions was that some items regarding the post-hospitalization process were associated with the hospitalization process. Furthermore, the sub-dimensions under the staff quality dimension were not fully discriminated. Based on the results of the prioritization model designed for the study, the order of importance of the dimensions was staff, physical and process, respectively. One other finding of the study was that service quality influences behaviors after purchase.

At a confidence level of 95%, significant differences were found between the “*departments where the patients were admitted, the patients’ hearing good stories about the hospital and the patients’ preference for the hospital*” in terms of their service quality perceptions. When the confidence level is reduced to 90%, the differences are also significant in terms of the variables of “*city, pain, sensation, number of patients and hearing bad things about the hospital.*” Including “*the patients’ sensations when responding to the survey*” in the scale is a new item that could be used in healthcare service quality scales. This is because, at a confidence level of 90%, it was found that sensations have a significant effect on perceived quality. The seven different situations relating to sensation is open to development, through an interdisciplinary study.

The scale recommended in this study is more comprehensive than the SERVQUAL and SQS surveys currently used in Turkey for service quality measurement in the healthcare industry. First of all, as the scale introduced as a result of this study is a scale unique to the healthcare industry, the physical dimension is included in detail, but is not included in SERVQUAL, a generic scale. Items about the process dimension, which are included only indirectly and with few questions in

the SERVQUAL, are addressed under a separate dimension in the scale recommended by this study, due to its importance. Although this causes the number of questions to increase, asking about only the perceived situation (51 items) instead of asking the same questions in the form of expected and perceived situations twice in SERVQUAL ($22 \times 2 = 44$ items) makes the survey lengths similar. Also, one other reason for such an increase is that, while a single type of staff was projected in SERVQUAL, the designed scale specifically addresses the doctors and nurses separately. Another advantage of the recommended scale, compared with SERVQUAL, is the recommended prioritization model. Easily applied, particularly in elderly patients, owing to its visual support and dual comparison feature, the prioritization model allows for obtaining more precise and reliable results than the distribution of 100 points in SERVQUAL. On the other hand, the Service Quality Standards survey is simpler and does not allow for an analysis on prioritization. The Ministry of Health is also encouraging hospitals to develop the survey. In this regard, the detailed scale recommended to measure the service quality perceptions of patients in the healthcare industry could address this need. This study also differs from other studies in that the scale was conducted in each hospital department.

To implement the scale in only one public hospital is the limitation of this study. The trouble in getting permission from Ministry of Health and face-to-face implementation difficulties are the main reasons of this situation. The scale is implemented in 17 departments to charge the diversity.

Recommendations

In the next phase of this study, by adding the price dimension the scale can be conducted in private hospitals too, and the results can be compared. Due to the length of the survey form, there is a probability of the participants being unable to reply enthusiastically the questions in the final part of the form. Six different survey forms can be designed and applied by asking each of the questions in the three scale dimensions as the first, second and third question in order to test the order of the questions (Ozkara, 2015:84). This study only investigated the perceptions of patients. In future studies, designing a scale that can be evaluated simultaneously with the patient's companion, serving doctor and nurses, could be useful in revealing the different perspectives of different stakeholders for the same service. A possible problem, which could be encountered at this point, is the difficulty of conducting it. In consideration of the useful information that could be obtained as a result of the analysis of the replies to the open-ended question, it is anticipated that in future studies interviewing patients and using the critical incident technique will also prove useful. In the study by Lupo (2016), for which he designed a framework based on fuzzy logic to measure service quality in healthcare industry, the SERVQUAL and AHP approaches were used. In future studies, original scales using designs other than the SERVQUAL could also be combined with multivariable decision-making techniques, such as TOPSIS and ELECTRE, as well as AHP. A review of recent studies reveals that scales were also developed for specific departments. The scale

recommended by Agarwal and Singh (2016), for a pathology department in India, is an example of this. Future studies may develop specific sub-scales for other sub-departments of hospitals.

REFERENCES

- Aagja, J. P. & Garg, R. (2010). Measuring perceived service quality for public hospitals (PubHosQual) in the Indian context. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 4(1), 60-83.
- Agarwal, A. & Singh, A. R. P. (2016). Service quality and patient satisfaction: An exploratory study of pathology laboratories in Jaipur. *Hospital Topic*, 94(2), 23-32.
- Akhade G.N., Jaju, S.B. & Lakhe R. R. (2013). A review on healthcare service quality dimensions. *Sixth International Conference on Emerging Trends in Engineering and Technology*.
- Ayhan, E. (2009). *Sağlık işletmelerinde uygulanmak üzere iç aralık analizi modeli oluşturulması*. (Unpublished MSc thesis). Istanbul Technical University, Social Sciences Institute, İstanbul.
- Bakan, İ., Büyükbeşe, T. & Erşahan, B. (2014). The impact of total quality service (TQS) on healthcare and patient satisfaction: An empirical study of Turkish private and public hospitals. *The International Journal of Health Planning and Management*, 29(3), 292-315.
- Barzi, A. (2009). *Quality in healthcare organizations: Its meaning and measurement*, (Unpublished Doctor of Philosophy Thesis). University of Texas, Texas School of Public Health, Texas.
- Brady, M. K. & Cronin, J. J. (2001). Customer orientation: Effects on customer service perceptions and outcome behaviors. *Journal of Service Research*, 3, 241-251.
- Büyüközkan, G., Çiftçi, G. & Güteryüz, S. (2011). Strategic analysis of healthcare service quality using fuzzy AHP methodology. *Expert Systems with Applications*, 38, 9407-9424.
- Chakravarty, C.A. (2011). Evaluation of service quality of hospital outpatient department services. *MJAFI*, 67(3), 221-224.
- Chahal, H. & Kumari, N. (2010). Development of multidimensional scale for healthcare service quality (HCSQ) in Indian context. *Journal of Indian Business Research*, 2(4), 230-255.
- Cronin, J. J. & Taylor, S.A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.

Dagger, T. S., Sweeney, J. C. & Johnson L.W. (2007). A hierarchical model of health service quality scale development and investigation of an integrated model. *Journal of Service Research*, 10(2), 123-142.

DeVellis, R. F. (2003). *Scale Development Theory and Applications*, Second Edition, Cume 26: Applied Social Research Methods Series.

Duggirala, M., Rajendran, C. & Anantharaman, R.N. (2008). Patient-perceived dimensions of total quality service in healthcare. *India Benchmarking: An International Journal*, 15(5), 560-583.

Eldem, E. (2009). Hizmet sektöründe SERVQUAL analizini kullanarak hizmet kalitesinin ölçülmesi ve bir sağlık kuruluşunda uygulama denemesi. (Unpublished MSc Thesis). Eskisehir Osmangazi University, Natural and Applied Sciences Institute, Eskisehir.

Ergin, B. M. (2010). Üniversite spor merkezlerindeki algılanan hizmet kalitesinin Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ile incelenmesi, *Unpublished doctoral dissertation*, Gazi University, Ankara.

Gaskin, J. Youtube SEM Series, Gaskination's StatWiki. <http://statwiki.kolobkreations.com>. (Accessed 27 June 2016).

Gronroos, C. (2001). The perceived service quality concept – A mistake. *Managing Service Quality*, 11(3), 150-152.

Gronroos, C. (2007). *Service Management and Marketing*, Third Edition, England: John Wiley&Sons.

Gülmez, M. (2005). Sağlık hizmetlerinde memnuniyet ölçümü ve Cumhuriyet Üniversitesi Araştırma Hastanesi'nde ayakta tedavi gören hastalara yönelik bir uygulama. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(2), 147-169.

Hair, J. F., Wolfinbarger, M., Ortinau, D. J. & Bush, R. P. (2008). *Essentials of Marketing Research*. Mc Graw Hill.

İkiz, H. E. (2010). *Hizmet kalitesi modellerinin karşılaştırılması üzerine bir araştırma*. (Unpublished Doctor of Philosophy Thesis). Dokuz Eylül University, Social Sciences Institute, Izmir.

Karatepe, O. M. Avcı, T. (2002). Measuring service quality in the hotel industry: Evidences from Northern Cyprus. *Anatolia- An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 13(1), 19-32.

Kashif, M., Ramayah, T. & Sarifuddin, S. (2016). PAKSERV - measuring higher education service quality in a collectivist cultural context. *Total Quality Management & Business Excellence*, 27(3-4), 265-278.

Kayral, H. (2012). *Sağlık işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi ve Ankara'da hastane türlerine göre bir araştırma*. (Unpublished Doctor of Philosophy Thesis). Gazi Üniversitesi University, Social Sciences Institute, Ankara.

Kumaraswamy, S. (2012). Service quality in health care centres: An empirical study. *International Journal of Business and Social Science*, 3(16), 141-150.

Ladhari, R. (2008). Alternative measures of service quality: A review. *Managing Service Quality*, 18(1), 65-86.

Lam, E. T. C. (2000). Service quality assessment scale (SQAS): An instrument for evaluating service quality of health-fitness clubs. *Unpublished doctoral dissertation*, University of Houston, Texas.

Lee, D. H. (2017). HEALTHQUAL: A multi-item scale for assessing healthcare service quality. *Service Business*, 11(3), 491-596.

Lee, H., Delene, L.M., Bunda, M. A. & Kim, C. (2000). Methods of measuring health-care service. *Quality Journal of Business Research*, 48, 233-246.

Lee, H., Vlaev, I., King, D., Mayer, E., Darzi, A. & Dolan, P. (2013). Subjective wellbeing and the measurement of quality in healthcare. *Social Science & Medicine*, 99, 27-34.

Leebov, W. & Scott, G. (1994) *Service quality improvement- The customer satisfaction strategy for healthcare*. USA: AHA Books.

Lupo, T. (2013). A fuzzy SERVQUAL based method for reliable measurements of education quality in Italian higher education area. *Expert Systems with Applications*, 40, 7096-7110.

Mazur, M. (2013). Quality in health care: Possibilities and limitations of quantitative research instruments among health care users. *Quality Quantity*, 47, 1703-1716.

Miranda, F. J., Chamorro, A., Murillo, L. R. & Vega, J. (2010). Assessing Primary Healthcare Services Quality in Spain: Managers vs. Patients' Perceptions. *The Service Industries Journal*, 30(13), 2137-2149.

Miranda, F. J., Chamorro, A., Murillo, L. R. & Vega, J. (2012). Primary health care services quality in Spain-A formative measurement approach using PLS path modeling. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 4(4), 387-398.

Mosadeghrad, A. M. (2013). Healthcare service quality: Towards a broad definition. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 26(3), 203-219.

Murti, A. Deshpande, A. & Srivastava, N. (2013). Patient satisfaction and consumer behavioral intentions: An outcome of service quality in health care services. *Journal of Health Management*, 15(4), 549-577.

Ozic, S. (2007). Measurement of quality in health-care sector: Application of SERVQUAL method in Celal Bayar University Hospital. (Unpublished MSc Thesis) Dokuz Eylül University, İzmir.

Özdamar, K. (2004) *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi-çok değişkenli istatistiksel analizler*. 5. Basım. Eskisehir: Kaan Kitabevi.

Özkara, B. Y. (2015). Tüketicilerin çevrimiçi bilgi aramaları bağlamında akış deneyiminin bilgiden tatmin üzerindeki etkisinin araştırılması. (Unpublished PhD Thesis). Eskisehir Osmangazi University, Social Sciences Institute, Eskisehir.

Pai, Y.P. & Chary, S.T. (2013). Dimensions of hospital service quality: A critical review perspective of patients from global studies. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 26(4), 308-340.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Polsa, P., Fuxiang, W., Saaksjarvi, M. & Shuyuan, P. (2013). Cultural values and health service quality in China, *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 26(1), 55-73.

Pollack, B. L. & Alexandrov A. (2013). Nomological validity of the Net Promoter Index Question. *Journal of Services Marketing*, 27(2), 118–129.

Ramsaran-Fowdar, R.R. (2004). Identifying health care quality attributes. *Journal of Health and Human Services Administration*, 27(3/4), 428.

Raposo, M., Lino, E. H. Maria, A. E. & Duarte P. A. (2009). Dimensions of service quality and satisfaction in healthcare: A patient's satisfaction index. *Service Business*, 3, 85–100.

Rashid, W. E. W. & Jusoff H. K. (2009). Service quality in health care setting. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 22(5), 471-482.

Sağlık Bakanlığı Tedavi Hizmetleri Genel Müdürlüğü Performans Yönetimi ve Kalite Geliştirme Daire Başkanlığı (2011). *Hastane Hizmet Kalite Standartları*, Ankara: Pozitif Matbaa.

Senic, V. & Marinkovic' V. (2013) Patient care, satisfaction and service quality in health care. *International Journal of Consumer Studies*, 37, 312–319.

Shabbir, A., & Malik S. A. (2016). Measuring patients' healthcare service quality perceptions, satisfaction, and loyalty in public and private sector hospitals in Pakistan. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 33(5), 538-557.

Sony, A. (2016). www.pietutors.com. (Accessed: 21 October 2016).

Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2011). *Using multivariate statistics*. 6th edition. U.S.A: Pearson.

Taşkıran Mohammad, G. (2007). *Sağlık hizmetlerinde kalite yönetimi, SERVQUAL analiz ile değerlendirilmesi ve Ankara Ulus Devlet Hastanesi'nde uygulama*. (Unpublished MSc Thesis). Gazi University, Social Sciences Institute, Ankara.

Teng, C., Ing, C., Chang, H. & Chung K. (2007). Development of service quality scale for surgical hospitalization. *J Formos Med Assoc*, 106(6), 475-484.

Tokay, M. (2000). *Sağlık hizmetlerinin pazarlanmasında kalite ve hasta tatmini- Eskisehir Devlet Hastanesinde bir uygulama*. (Unpublished MSc Thesis). Anadolu University, Social Sciences Institute, Eskisehir.

Turan, A. & Bozaykut-Buk, T. (2016). Analyzing perceived healthcare service quality on patient related outcomes. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 8(4), 478-497.

Vavra, T.G. (1999). *Müşteri tatmini ölçümlerini geliştirmenizin yolları*. Kalder Yayınları No: 28: İstanbul.

Yağcı, M. & Duman, T. (2006). Hizmet kalitesi - müşteri memnuniyeti ilişkisinin hastane türlerine göre karşılaştırılması: Devlet, özel ve üniversite hastaneleri uygulaması. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7(2), 218-223.

Yalçın İncik, E., Çakır, Ö. ve Özdemir Alıcı, D. (2015). A study of scale development on primary school students' attitudes towards project based learning. *Elementary Education Online*, 14(3), 1096-1105.

Yasa, E. (2012). *Sağlık sektöründe hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve bağlılık ilişkisi: Devlet, özel ve üniversite hastaneleri karşılaştırması*. (Unpublished PhD Thesis). Cukurova University, Social Sciences Institute, Adana.

APPENDIX 1: Inpatient Service Quality Assessment Scale

Department:

Hospital entrance type:

- Emergency
- Outpatient clinic
- Private outpatient consultation
- From other hospital

Type of room: Normal /Private


Number of patients in your room: 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / more


How many days have you been in the hospital?


Is this your first time in this hospital? Yes / No


The reason for hospitalization: Operation / Treatment


Please answer questions with degree of agreement.

1: Strongly disagree 

2: Disagree 

3: Undecided 

4: Agree 

5: Strongly agree 

1. I didn't experience any problems about making appointment.
2. I didn't experience any problems about transportation to hospital.
3. *I preferred my physician.*
4. Information signs are sufficient in the hospital.
5. I could find anywhere.
6. *I didn't experience any problems during examination.*
7. I think, I got the right diagnosis.
8. *I didn't experience any problems in entrance procedure.*
9. *I was informed about patient rights.*
10. *I was informed about operations during time in hospital.*
11. Generally, I found hospital clean.
12. Generally, I found my room clean.
13. I found bed sheet clean.
14. I found my room temperature appropriate.
15. *There isn't any noise pollution.*
16. Air condition is sufficient.
17. Lightening is sufficient.
18. My bed is comfortable.
19. *Room facilities (refrigerator, television etc.) are working.*
20. *Room facilities are new.*

21. *Parking garage is sufficient.*
22. Generally, meals are good.
23. Meals are warm.
24. Meals are delicious.
25. Meal variety is sufficient.
26. Meals are satisfactory.
27. Meals are distributed timely.
28. *Meals are hygienic.*
29. Physicians gave me satisfactory information about my illness and treatment.
30. Physicians gave me opportunity to ask question.
31. Physicians answered my questions.
32. Physicians spared enough time for me.
33. Nurses gave me information about operations (temperature/tension monitoring, bloodletting, administering drugs)
34. *My relation with doctors was close.*
35. My relation with nurses was close.
36. *Physicians behaved polite and respectful for me.*
37. Nurses behaved polite and respectful for me.
38. Staff responsible for clean-up behaved polite and respectful for me.
39. *Staff responsible for meal distribution behaved polite and respectful for me.*
40. Personal privacy measures (closing door during examination, folding screens) was sufficient.
41. *Physician visits are sufficient.*
42. Nurse visits are sufficient.
43. *Nurse quantity is sufficient.*
44. I got the same service in different nurse's post.
45. *I trust my doctor.*
46. *I trust this hospital.*
47. *I think that physician's knowledge is satisfactory.*
48. I think that nurse's knowledge is satisfactory.
49. There is a harmony between physician and nurses.
50. *Physicians understand my requests quickly.*
51. *Nurses understand my requests quickly.*
52. *I can access my doctor easily in urgent cases.*
53. I can access nurses easily in urgent cases.
54. There is sufficient cooperation between hospital units.
55. *I didn't experience any problems during transportation in hospital (MR, surgery, X-ray)*
56. Hospital staff's clothes were clean and smart.
57. *Hospital staffs were helpful.*
58. I got the service best at the first time (blood vessel bursting etc.)
59. I was informed about service receiving time before (physician and nurse visiting period, MR taking hour etc.)
60. I got the services at the pre-determined time.

61. There is nondiscrimination between patients.
62. *I feel safe myself at night.*
63. I am satisfied about cafeteria services.
64. *I didn't wait during operations.*
65. I didn't experience any problems about the other patients.
66. *I didn't experience any problems about religious worship.*
67. I feel that my health is the top priority issue.
68. I think I got the right treatment.
69. I feel myself better since my first day in the hospital.
70. The room is suitable for companions.
71. Visiting hours is suitable.
72. I don't have any complaint about visitors.
73. I will advise this hospital for other people.
74. I will make complain about this hospital for other people.
75. *Did you make any complaints to authorized staff during your stay in the hospital?*
 - *Yes (Go to Question 76)*
 - *No (Go to Question 82)*
76. *To whom did you make your complaint?*
77. *Subject of complain:*
78. *I accessed to authorized staff easily.*
79. *Staff showed concerned for me.*
80. *My problem was solved.*
81. Generally, I found service quality sufficient.
82. Would you choose the hospital again?
 - Yes (Go to Question 82.a. and 82.b)
 - No (Go to Question 83)
 - 82.a. I don't have any other choice.
 - 82.b. I got high quality service.
83. Is there anything you want to add to improve the quality of services offered by the hospital?
 - Sex: Woman /Man
 - Age:
 - Marital Status: Single /Married/ Divorced
 - Educational Background
 - I didn't go to school.
 - I am graduated from elementary school.
 - I am graduated from secondary school.
 - I am graduated from high school.
 - I am graduated from university.
 - Social security type;
 - None
 - SSK (Social Security Institution of Turkey for workers)
 - Bag-Kur (Social Security Institution of Turkey for job providers)

- Emekli Sandığı (Social Security Institution of Turkey for public servant)
- Private Health Insurance
- Where do you live? Eskisehir / Other city in Turkey
- Did you prefer this hospital?
- Yes
- No
- If you didn't prefer, the reason is
- Ambulance brought me.
- Another hospital sent me.
- I can't afford another hospital.
- If you prefer, the reason is; (multiple choice is possible)
- Affordability
- Proximity to my house
- Time suitability
- Technology
- Physician
- Advice
- Working relatives
- How do you feel yourself now?
- Angry
- Happy
- Depressive
- Excited
- Afraid
- Sad
- Normal
- Do you have companion with you?
- Yes
- No
- Do you have pain now?
- Yes
- No
- Do you like establishing relation?
- Yes
- No
- Did you hear bad stories about this hospital?
- Yes
- No
- Did you hear good stories about this hospital?
- Yes
- No

Yayın Geliş Tarihi: 23.01.2019
Yayına Kabul Tarihi: 27.03.2019
Online Yayın Tarihi: 19.12.2019
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.516926>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 21, Sayı: 4, Yıl: 2019, Sayfa: 1411-1431
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

OSMANLI DEVLETİ SON DÖNEMİNDE ADANA HAPİSHANESİ

İbrahim YILMAZ*

Öz

Bu çalışmada, Osmanlı Dönemi Adana Hapishanesi, fiziki yapı, hükümlü ve tutukluların sayısı ve içinde buldukları şartlar ile görevli personel açısından incelenmektedir. Genel olarak XIX. yüzyıl ikinci yarısı ile XX. yüzyıl başlarını kapsayan çalışmada, Cumhurbaşkanlığı Osmanlı Arşivi belgeleri ve ikinci el kaynaklardan faydalanılmıştır. Benzer çalışmalarda ülke geneli ya da herhangi bir vilayeteki tüm hapishaneler üzerinde durularak genel bir fotoğraf çekilmeye çalışılırken, bu çalışmada Adana Vilayeti merkez hapishanesine odaklanılarak hükümlü, tutuklu ve hapishane görevlilerinin hayatlarına dokunmaya ve hapishaneler konusunda ülke çapında devam eden reform hareketlerinin sonuçlarının alana yansımaları takip edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonunda, Osmanlı Devletinde hapishaneye geçiş sürecinde yaşanan zorlukların Adana Hapishanesinde de yaşandığı, temel sorunların binanın kapasite ve sıhhi yönden, personelin ise nicelik ve nitelik açısından yetersizlikleri olduğu tespiti yapılmıştır. Mahkûmların hayatını da zorlaştıran bina konusunda merkezi idareyle iş birliği içerisinde mahalli imkânların da kullanılmasıyla çözüm üretilirken, personel alanındaki sorunların çözümü için ülke çapında yapılacak düzenlemelerin beklenilmek zorunda kalındığı ortaya konulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı, Adana, Hapishane, Mahkûm, Tutuklu.

ADANA PRISON IN THE FINAL PERIOD OTTOMAN STATE

Abstract

In this study, Adana Prison in the Ottoman Period is examined in terms of its physical structure, the number of convicts and detainees, conditions, and its employee in charge. In the study, which covers the second half of the nineteenth century and the beginning of the twentieth century, Turkish Presidency Ottoman Archives and secondary sources are utilized generally. While similar studies try to take a general photograph by focusing on all prisons across the country or in any province, this study focuses on the central prison in Adana Province and tries to touch the lives of convicts, prisoners, and prison officers and to follow the reflections of the results of the ongoing reform movements across the country with

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Yılmaz, İ. (2019). Osmanlı Devleti son döneminde Adana hapishanesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1411-1431

*Dr., Emniyet Genel Müdürlüğü, ORCID: 0000-0002-5332-1663,
ibrahim.yilmaz70@hotmail.com

regards to prisons on the field. As a result of the research, it is determined that the difficulties experienced during transition process in prisons were also encountered in Adana prison and main problems were related with the capacity and sanitary conditions of the building and the staff, who were incapable in terms of quality and quantity. It is put forward that the solution can be produced about the building, which hardened the life of convicts, by the collaboration with central administration and utilizing the local opportunities while nationwide regulations had to be expected for the solutions of the problems in the field of staff.

Keywords: Ottoman, Adana, Prison, Convict, Detainee.

GİRİŞ

Arapça bir kelime olan habs, “alikoyma, bir yere kapama, salıvermeme, bir yere kapayıp dışarı çıkarmama, tutma, zaptetme”, habs-hane ise “hapsolunan yer, hapislerin bulunduğu yer, cezaevi” anlamlarına gelmektedir (Devellioğlu, 1986: 364). Başlangıçta suç işleyen kişinin karşısında sadece mağdur ve yakınları dururken, devlet denen mekanizmanın ortaya çıkması ve cezalandırma yetkisini deruhte etmesiyle artık kamu bu görevi üstlenmiş durumdadır. Devlet, aldığı tedbirlerle öncelikle suçu önlemeye çalışırken bir taraftan da önüne geçemediği suçluyu cezalandırmaktadır. Modern devletin suçluyu cezalandırırken temel amacı kamu düzenini sağlamak olup bu amaca ulaşırken suçluyu ıslah, potansiyel suçluları caydırma, kamu vicdanını teskin etme gibi amaçları da gözetmek durumundadır.

Hapis cezasının geçmişi eski medeniyetlere kadar uzanmakta olup tarihi süreçte şahsi intikam, kolektif sorumluluk, sürgün, toplumdaki dışlama, kısas ve diğer bedeni cezalar, mali ceza ve uzlaşma aşamalarından çok daha sonraları yaygınlaşıp, kurumsallaşmıştır. Hapis, ilk dönemlerinde cezalandırmaktan çok cezası belirleninceye veya infaz edilinceye kadar suçluyu bir yerde tutma amacıyla uygulanmaktadır (Bardakoğlu,1997:54). Cezaların vücuda eziyet vererek ödetirildiği dönemlerden, suçluyu bir yere kapatarak hürriyetini kısıtlama anlayışına geçiş XVIII. yüzyıl sonları ile XIX. yüzyıl başlarına rastlamaktadır (Adak, 2006: 9).

Hapsin, hukuk sistemleri tarafından verilen bir ceza olarak ortaya çıkması ve günümüzdeki şekle dönüşmesi cezanın infaz edildiği mekânların da değişmesini beraberinde getirmiştir. Yeni dönemde değişimin odak noktasını hapis cezasına yüklenen anlam oluşturmakta, hapis, mahpus gibi kavramlar yeniden tarif edilmekte, bunlara bağlı olarak devletin bu alana bakışı değişmekte ve bir takım sorumlulukları doğmaktadır. Bu mekânların ve bu mekânlarda yaşananların anlaşılabilmesi bütüncül bakış yerine konuya içeriden bakabilmeyi gerektirmektedir. Çalışmanın özünü, Adana gibi merkezden uzak bir vilayet hapisanesi incelenerek yeni dönemi anlama çabaları oluşturmaktadır.

OSMANLI DEVLETİNDE HAPİSHANENİN GELİŞİMİ

Osmanlı Devletinin ilk dönemlerinde reayaya hapis cezası verildiğine dair herhangi bir bilgi bulunmamakla birlikte Germiyanolu Yakup Bey ve adamlarının cezalandırılması olayından anlaşılacağı üzere padişaha karşı gelen siyasi suçlular

hapse atılabilmekteydi. Bu kişilerin konuldukları mekânlara ise mahbes, zindan veya tomruk denmekteydi. Bu dönemde hapis cezası yaygın olarak uygulanmamakta, ağır suç işleyenlere kürek, kalebentlik ve prangaya vurma cezaları verilmekteydi (Özçelik, 2011:17,18). XIX. yüzyılın ortalarına kadar işlenen suçun ağırlığına göre hadd, kısas, sürgün, idam, zindana atma diyet, tazir uygulanan diğer cezalardandır. Tanzimat'la birlikte hapis cezasının hukukta yer bulmaya başlamasıyla, hapishane de ortaya çıkmaya başlamıştır (Temel, 2009: 111, 112).

İlk dönemlerde kişilerin kapatıldığı mahbes denilen yerlere haklarındaki hüküm henüz kesinleşmemiş kişiler atılmaktaydı. Bu mekânlar hapishane olarak inşa edilmiş yapılar olmayıp genel olarak hükümet konaklarının altı, şehir idaresinin konut veya işyeri olarak kullandığı binanın tomruk dairesi, mahzeni gibi mahaller bu amaçla kullanılmakta bazen de kale, saray, tophane gibi binaların bazı bölümleri bu işe ayrılmaktaydı. Bu yerlerin Batı'daki benzerlerinin düzeyine çıkartılması gerektiği fikrinden hareket eden İngiltere'nin İstanbul Büyükelçisi Stratford Canning topladığı bilgilere dayanarak 1851'de bir rapor hazırlamıştır. Raporunda, binalarda fiziki iyileştirmeler yapılarak aydınlatma, havalandırma, ısıtma, temizlik, güvenlik gibi hususların düzeltilmesi, mahkûmlara adaletli davranılması, şikâyetlerini mahkemelere intikal ettirebilecekleri ve ibadetlerini yapabilecekleri ortamın sağlanması gerektiği ifade edilmekteydi. 1856'da yayınlanan Islahat Fermanı'nda hapis cezalarının uygulandığı mahbes vb. yerlerin en kısa sürede ıslah edilmesi gerektiği kayda geçirilmiştir. XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren mahbesler hapishane olarak adlandırılmaya başlanmış ve yüzyılın sonlarında modern hapishaneler inşası planlanmasına rağmen devletin içinde bulunduğu mali ve siyasi sıkıntılar sebebiyle gerçekleştirilememiştir. 1840, 1851 ve 1858 tarihli Ceza Kanunlarıyla suç ve ceza tanımlarının değişmesi, asayişteki bozulmalar sebebiyle hükümlü ve tutuklu sayısındaki artış hapishane binalarını tamamen yetersiz hale getirmekteydi. Bu olumsuz şartları düzeltmek adına teşebbüslere XX. yüzyıl başlarında da devam edilmesine rağmen devletin içinde bulunduğu sıkıntılar artarak devam ettiğinden bu çalışmalar da olumsuz sonuçlanmıştır (Temel, 2009: 112, 113).

1858'de ise İngiliz Binbaşı Gordon Osmanlı hapishanelerini incelemekle görevlendirilmiştir. Gordon'un raporu üzerine öncelik başkente verilmek üzere yeni hapishaneler yapılması kararı alındı. Hapishane şartlarının iyileştirilmesi yönünde sadece yabancılar değil Osmanlı Devleti yetkilileri de bazı çalışmalar içerisindeydi. Zaptiye Müşiri Hafız Mehmet Paşa da yaptığı çalışmada benzer sonuçlara ulaşarak hazırladığı raporda; hafif suç işleyenler veya borçlarından dolayı hapiste bulunanların ağır suçlularla birlikte kalmasının uygun olmadığını, bu durumun önüne geçebilmek için yeni hapishane binalarının yapılması gerektiğini belirtmiştir (Orat & Çelik, 2011: 77, 78).

II. Abdülhamit döneminde bir taraftan hapishanelerin fiziki şartlarının iyileştirilmesi hedeflenirken bir taraftan da mevzuat yeni döneme uygun hale getirilmeye çalışılmaktaydı. Bu amaçla 1880'de bir nizamname yayınlanmış ve hapishaneler Adliye Nezareti'nden ayrılarak Dâhiliye Nezareti'ne bağlanmıştır.

Yeni düzenlemede hapishaneler, hapishane, tevkifhane ve hapishane-i umumi olarak üçe ayrılarak tüm vilayet, liva ve kaza merkezlerinde açılmaları kararlaştırılmıştır (Özçelik, 2011:19). Bu dönemde tevkifhaneler doğrudan doğruya mahkemenin, hapishaneler ise adliye ile mülkiyenin idaresinde olacak şekilde düzenlenmiştir (BOA.DH.MB.HPS. 79/30). 1880’de çıkarılan ve tam adı *Memalik-i Mahrusayı Şahane’de Bulunan Tevkifhane ve Hapishanelerin Dâhili İdarelerine Dair Nizamname Layihası* olan metne, devleti bağlayıcı bir belge haline gelerek diplomaside sıkıntılar doğurmaması için 1917 yılına kadar resmîyet kazandırılmamış olmasına rağmen uygulamada idare tarafından dikkate alınmaktaydı. Bu nizamname uyarınca hapishanelerde tutuklu, hükümlü ve kadınlar için ayrı ayrı mahaller bulunması gerekmektedir (BOA.DH.MB.HPS.79/30; Yıldız, 2012: 381, 382, 390, 476).

Hapishanelerin şartlarını iyileştirme çabaları İttihat ve Terakki döneminde de gündemdeki yerini korumuştur. Bu dönemde bürokratik yapılanmaya da el atılarak ilk olarak 1911 yılında Dâhiliye Nezareti’ne bağlı olarak *Hapishaneler İdare-i Umumiyesi* kuruldu. Çok geçmeden bu yapılanma değiştirilerek 1912’de *Mebani-i Emiriye ve Hapishaneler İdaresi Müdüriyeti*’ne çevrildi. Bir taraftan da ülkedeki hapishanelerle ilgili veri toplama faaliyeti başlatılarak genel durum ortaya konmaya çalışılmıştır (Yıldız, 2012: 101). Bu süreçte ülkede bulunan hapishane ve mahpusların tam bir fotoğrafının çekilmesi hedeflenmektedir. Mahpusların, yaş, cinsiyet, eğitim, sağlık, etnik köken, medeni hal, meslek, işledikleri suç gibi bilgiler ile hapishanelerin sıhhi şartları, sahip oldukları tıbbi imkânlar ile mahpusların çalışmalarına imkân sağlayan atölyelerinin olup olmadığı, tamirat ve tadilat bütçeleri, çalışanların sayısı ve maaşları gibi pek çok hususta bilgiler toplanmıştır (Schull, 2008: 212,213). Bu çalışmalar sonucunda 1912, 1914 ve 1917 yıllarında fiziki yapı ve sağlık şartlarının iyileştirilmesi hedeflendiyse de devletin içinde bulunduğu şartlar buna izin vermemiştir (Yıldız, 2012: 101).

Ülkedeki hapishanelerin durumunu müfettiş raporlarından da takip etmek mümkündür. Hüdavendigâr Adliye Müfettişliğinin 1 Aralık 1918 tarihli raporuna göre; mevzuat, her kazada birbirinden ayrı ve müstakil bir tevkifhane bir de hapishane bulunmasını, her ikisinin de memuru, gardiyanı, reviri, tıbbi donanımı havalandırma alanı olmasını gerektirmekte ayrıca mahkûmlardan her birine yeknesak elbisesi verilmesini ve her gün belirli zamanda havalandırmaya çıkarılmalarını zorunlu kılmaktadır. Ayrıca tüm hükümlü ve tutuklular sanat ve istidadına göre belli işlerde çalıştırılacak ve sonuçta da kazançtan istifade ettirilecektir. Müfettişliğin raporuna göre mevzuat bu hususları emrederken ülkede nizamnamenin bu hükümlerini tamamen hayata geçirebilmiş tek bir hapishane yoktur. Müfettişlik durum tespiti yaptıktan sonra raporuna son derece sert ifadelerle devam ederek savaş hali ya da mali imkânların yetersizliğinin mazeret olamayacağını, ödenek bulunamazsa Meclis-i Mebusan’ın kendi tahsisatından vaz geçebileceğini ya da Adliye Nezareti’nin müfettişler de dâhil olmak üzere merkez teşkilatının bir kısmının lağvederek ortaya çıkacak kaynakla yeni hapishaneler yapılabileceğini ifade etmektedir (BOA.DH.MB.HPS.79/30). Meclis-i Mebusan’ın

ödeneğinden vazgeçmesi ya da Adliye Nezareti'nin bir kısım teşkilatını lağvetmesi her ne kadar uygulanabilir bir öneri olmasa da müfettişlik bu ifadelerle konunun önem ve aciliyetini ifade etmiş olmaktadır.

Dâhiliye Nezareti ise 27 Aralık 1918 tarihinde Adliye Nezareti'ne yazdığı yazıda, söz konusu raporu incelediklerini, hapisane ve tevkifhanelerin işleriyle ilgilenmek üzere 1327 (1911/1912) yılında Nezarete, Hapishaneler İdare-i Umumisi kurulduğunu fakat bu yapıyla başarılı olunamadığında yeniden tanzim edilerek işlere hız verildiğini, birçok yerde hapisane ve tevkifhane inşaatlarına başlanıldığını belirtmektedir. Nezaretin beyanına göre Dersaadet, Üsküdar ve Bursa'da başlanılan inşaatlar bitme noktasına gelmiş olup İzmir, Balıkesir, Eskişehir, Adana'dakiler devam etmekte, Tekirdağ'daki ise ihale aşamasındadır. Ödenek temin edilebilirse birkaç sene zarfında birçok yerde yeni hapisane ve tevkifhaneler meydana getirilebilecektir (BOA.DH.MB.HPS.79/30).

ADANA HAPİSHANESİ

Mahbesten Hapishaneye Geçiş ve Fiziki Durum

Osmanlıda XIX. yüzyılın ikinci yarısına tarihlenebilecek olan mahbeslerden hapishaneye geçiş sürecinde Adana hapishanesiyle de ilgili çalışmalar yapıldığı belgelerden takip edilebilmektedir. 20 Kasım 1855 tarihli bir Meclis-i Vala kararında; Adana mahbesinde ağır suç işleyenler, hafif suç işleyip kısa müddet hapis yatacaklar ve borcundan dolayı ya da sorgulanmak amacıyla tevkif edilenler olmak üzere üç sınıf mahpus için ayrı ayrı bölümler bulunmasına rağmen kapasitenin çok üstünde kişi bulunduğu ve bazı yerlerinin yıkılmaya yüz tuttuğu, kış mevsiminin yaklaşması sebebiyle yağmurlarda tamamıyla yıkılması kuvvetle muhtemel olduğundan gerekli tamiratın yapılarak bir miktar genişletildiği belirtilmektedir (BOA.MVL.294/70).

Yapılan tamirat ve genişletmeye rağmen Adana mahbesinin yetersizliği halen devam etmekte olmuş olacak ki Meclis-i Vala'nın 23 Kasım 1856 tarihli bir yazısında öldürme ve yaralama gibi ağır cezalı suç işleyenlerle sorgu için tutuklu bulunanların adi mahbeste birlikte kaldıkları, bu durumun mahzurlu olduğu, sorgu için tutuklu bulunan kişilerin konulması için yeni bir hapisane yapılması gerektiği ifade edilmektedir. (BOA.MVL 303/44). Belgede, mevcut bina için *mahbes*, yeni yapılması planlanan yer için ise *hapishane* kelimesinin kullanılması, yeni bina yapılarak eski anlayıştan yeni anlayışa geçileceğinin de tezahürü gibidir. Yeni hapisane binası 3x2 arşın ebadında 20 koğuş, hapishanenin muhafızlığını yapan zaptiyeler için 7x4 ebadında 2 oda ve 3x1 ebadında 3 tuvalet olarak planlanmış, maliyet ise 38.248 kuruş olarak hesaplanmıştır (BOA.MVL.303/44).

Binanın yapılış süreci kaynaklardan takip edilemese de 24 Ocak 1887 tarihli bir belgede mahbes yerine *hapishane* kelimesi kullanıldığına bakılacak olursa Adana'da artık hapishaneye geçilmiş durumdadır (BOA.DH.MKT.1400/126). Buna rağmen 22 Eylül 1892 tarihli bir yazışmadan anlaşılıyor ki bina hala yetersiz

olduğundan bir oda ilavesine ihtiyaç duyulmaktadır (BOA.DH.MKT.2005/73). 1898 yılına gelindiğinde ise kış mevsiminden dolayı hapishanenin her tarafını rutubet sarmış ve ikamet için tamamen elverişsiz hale gelmiştir. Hatta mevcut şartlarda hapishanede inzibatı sağlamak da oldukça zorlaşmaktadır. Hapishane idaresi hemen harekete geçerek bir keşif raporu hazırlamış ve binanın mevcut halinin düzeltilmesi için gerekli 38.000 kuruş için Dâhiliye Nezaretine başvurmuş ise de Nezaret, ülke çapında hapishanelerde yapılacak genel ıslahatın beklenilmesi gerektiği gerekçesiyle talebi olumsuz karşılamıştır (BOA.DH.TMIK.S.16/127).

Adana hapishanesinin fiziki yapısıyla ilgili en detaylı bilgilere tamirat süreçleri takip edilerek ulaşılabilmektedir. 1914 itibariyle hapishanede kapasitenin üzerinde mevcut bulunmakta olup yeni gelecek mahkûm ve tutuklular için yer bulunmamaktadır. Çözüm olarak hapishanenin hemen yanında bulunan bakkal ve kebaççı dükkanlarının kiralanarak hapishaneye dönüştürülmesi düşünüldüyse de Dahiliye Nezareti 22 Ocak 1914 tarihli yazısında bu dükkanlara kira ödemenin yanı sıra tamirat masrafları da çıkacağını, gerekecek ödeneğin verilemeyeceğini ifade ederek bu uygulamadan vaz geçilerek terkedilmiş kışla, kale gibi yerlerin araştırılması talimatını vermiştir (BOA.DH.MB.HPS.43/2).

1915 yılında hapishanede tifo hastalığı çıkmış ve hastaların diğer mahkûmlardan tecrit edilebileceği uygun yer olmadığı için oldukça zorlanılmıştır. Böyle bir hastalığa bir daha meydan vermemek ve zuhurunda sirayetini önlemek için bazı tedbirler alınması gerekmektedir. Bu sebeple büyük bir tamirata teşebbüs edilmiştir. Bu süreçte öncelikle Adana Belediyesi başmühendisi İlhami Efendiye bir ilk keşif raporu düzenlettirilmiştir. 11 Şubat 1915 tarihli bu raporda yapılması tavsiye edilen işler ve maliyetleri aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 1: Hapishanede Planlanan Tamiratın Maliyet Cetveli (1915)

	Kıymeti	Kuruş
Salma ve taban tahtalarının yeniden döşenmesi, 250 metre kare	40	10.000
Pabuçluk 20 adet	20	400
Wc lerin tamiri	100	800
Su deposunun inşa ve su taksimatı		2.500
Yukarı kata çıkacak üç merdivenin yeniden inşası (her biri 15 basamak)		625
Müdür odasına merdiven inşası		450
Müdürün odası zemini (29 metre kare)	40	1160
Müdür odası tavanı çinko kaplama (29 metre kare)	28	612 ?
Çinko çatı için / 29 116 kıyye	3,50	406
Çatı duvarları 80 metre kare	45	3.600
Kapı 3 adet	100	300
Cam ve çerçeve 8 adet	150	1200
Toplam		22.052
Sonradan çıkması muhtemel masraflar % 10		2205
Genel Toplam		24.258

Kaynak: BOA.DH.MB.HPS.9/52.

Tablo 1’de görüldüğü üzere (müdür odası tavanının çinko kaplama maliyeti sehven 200 kuruş az hesaplanmıştır. Hatalı rakamla yekûn oluşturulup sonraki yazışmalarda da bu rakam üzerinden gidildiği için çalışmada da bu rakam esas

alınmıştır) yapılması gereken işler için toplam 24.258 kuruş gerekmektedir. Adana Valiliği İlhami Efendi'nin raporunu aynı gün Dâhiliye Nezareti'ne yazarak ödenek talep etmiştir. Dahiliye Nezareti 4 Mart 1915 tarihinde Adana Valiliği'ne verdiği cevapta, 2.000 kuruşu aşan tamiratlar için ödenek talep edilirken öncelikle ilk keşif raporunun gönderilerek onay alınması, daha sonra ödenek talep edilmesi gerekmesine rağmen tifo gibi bir hastalığa meydan vermemek adına talep edilen ödeneğin gönderildiğini beyan etmektedir (BOA.DH.MB.HPS.9/52).

Bu aşamada Adana Belediyesi doktoru Muhyiddin Efendi binayı sıhhi yönden değerlendirerek yapılması gereken işler hususunda bir rapor hazırlaması için görevlendirilmiştir. Bu çalışma sonucunda ortaya çıkan ve 3 Haziran 1915'de idareye sunulan raporda fiziki yapı hakkında oldukça detaylı bilgilere yer verilmektedir. Buna göre; Adana erkek hapisanesi cinayet (ağır cezalık suçlar) ve adi suçlar olmak üzere iki ayrı bölümden oluşmaktadır. Bunlardan cinayet kısmı, bir avlunun tam ortasında U şeklinde iki katlı bir bina olup katlarda üçer odadan altı oda ve yukarı katta bir sofadan oluşmaktadır. Yanlardaki odalarda azami 15, merkezdeki odalarda ise azami 8 kişi olmak üzere toplam 76 kişinin barınabileceği bir alandır. Yanlardaki odalar güneş ışığı ve hava akımı açısından yeterli olmalarına rağmen merkezdeki odalar yetersizdir. Ayrıca tüm odaların taban ve tavanlarının yenilenmesi gerekmektedir. Avlunun güney-doğu köşesinde bulunan tuvaletler ise oldukça kötü durumda olup her türlü hastalığın yayılmasına müsaittir. Yemek pişirme ve çamaşır yıkama işleri de açıkta yapıldığından avludaki müsait yere mutfak ve çamaşırhane inşa edilmelidir. Avlunun kuzey doğu köşesinde 6 kişinin kalabileceği bir gardiyan koğuşu bulunmakta olup orası da kötü durumda olduğundan tamir edilmelidir (BOA.DH.MB.HPS.9/52).

Adi suçlar kısmını oluşturan bölümün alt katında bulunan 2,5x6,5 ebadındaki 7 odanın zemini oldukça rutubetli tavanları basık ve içleri karanlıktır. Bu şartlarda mahkûm ve tutukluların romatizma, kansızlık, dermansızlık, verem gibi hastalıklara yakalanmaları gayet normaldir. Zeminleri biraz yükselterek altlarına bodrum yapılması ve buna ilaveten hava akımını sağlayacak tedbirler alınması gerekmektedir. Bu durumda zaten alçak olan tavanlar daha da alçalacağından bir miktar yükseltmek ve güneş ışığı ile havanın girmesi için güney tarafa ikişer pencere açmak gerekmektedir. Bu tadilat yapılırsa her birinde 8 kişi olmak üzere toplam 56 kişilik kapasite olacaktır (BOA.DH.MB.HPS.9/52).

Adi suçlar kısmının üst katında 9 oda bulunmakta olup aşağıdakilerden farkları biraz daha küçük olmaları ve yüksek olduklarından rutubet olmamasıdır. Fakat havalandırma imkânı burada da bulunmamaktadır. Hapishanenin önemli eksiklerinden birisi de revirinin bulunmamasıdır. Muhyiddin Efendi raporunda yukarıdaki odalardan doğu tarafındaki ikisinin diğer odalardan tamamen ayrılarak revir yapılmasını ve bu odaların bu amaca yönelik olarak tadil edilmesini tavsiye etmektedir. Bu şekilde 9 odanın ikisi revire ayrılınca geriye kalan 7 odada tamirat yapıldığı takdirde keza 56 kişi kalabilecektir (BOA.DH.MB.HPS.9/52).

Avlunun ortasında mahkûm ve tutukluların kullanmaları için 3 banyo ile çamaşır yıkamak ve yemek pişirmek için açıkta ocaklar bulunmaktadır. Bunların pislikleri avluyu kapladığı gibi havayı da kirletmektedir. Bu mahzurları ortadan kaldırmak adına avlunun kuzeyindeki 3 odadan birinin çamaşırhane, diğerinin mutfak haline dönüştürülmesi, üçüncüsünün de şimdiki gibi cami olarak kullanılması lazımdır (BOA.DH.MB. HPS.9/52).

Adi suçlar kısmının ikinci katında bir gardiyan odası da bulunmakta olup, diğer odalar gibi içerisinde kalınamayacak durumdadır. Bu odanın cinayet kısmı avlusuna bakan duvarına iki pencere açılırsa hem sağlık açısından hem de gardiyanların o tarafı da gözetim altında bulundurmaları açısından faydalı olacaktır. Tesviyesi düzgün olmayan avlunun düzeltilerek açıktaki suyunun kapatılması pis suyun avluda toplanmasını engellemek için gereklidir. Bu kısmın tuvaletleri de oldukça kötü durumda olduğundan tamirat yapılmalı ve sifon takılmalıdır. Dolayısıyla bu kısmın ne odaları ne avlusu ne de tuvaletleri sağlık şartlarına uygundur. Bu kısmın hapisane olarak kullanılması uygun değilse de bahsedilen tamirat ve tadilat yapılırsa söz konusu mahzurlar bir dereceye kadar giderilmiş olacaktır. Netice olarak; Toplam 76 kişinin kalabileceği cinayet kısmı bir dereceye kadar ihtiyaca cevap verebilecek durumda ise de revir ve aşağıdaki üç büyük oda dahil olmadığı halde 112 kişinin kalabileceği adi suçlar kısmı sağlık şartlarına asla uygun değildir (BOA.DH.MB.HPS.9/52).

Doktor Muhyiddin Efendinin raporu üzerine başmühendislik tekrar devreye girerek raporun inşaat teknikleri yönünden değerlendirmesini yapmıştır. 9 Haziran 1915 tarihli bu raporun başında, hapishanenin inşaat tarzı ve sıhhi yönden kesinlikle fenne uygun olmadığı, önceden yaptıkları keşfin hapishanenin genel yapısına dokunmadan yapılabilecek bir takım tamirattan ibaret olduğu, bu meyanda rutubetten çürüyen tabanlar ile eskiyen merdivenlerin yenilenmesi ile müdüriyet odasının yeniden inşası vb. işleri kapsadığı fakat bu tamiratın hapishanenin sıhhi şartlarını tamamıyla iyileştiremeyeceği ve mevcut rutubetten dolayı yakın bir gelecekte yeniden tamirat ihtiyacı doğacağı ifade edilmektedir (BOA.DH.MB. HPS. 9/52).

Raporun devamında ayrıntıya girilerek, binanın duvarlarının adi çamurla yapılmış olması, temellerinin ne durumda olduğunun bilinmemesi ve zemin kat yükseltirse tavanın da yükseltilmesi gerektiğinden zemin kat tabanlarının yükseltilemeyeceği dolayısıyla doktorun yapılmasını gerekli gördüğü tüm işlerin yapılmasının mümkün olmadığı belirtilmektedir. Başmühendislik, hapishanenin inşaat teknikleri ve sıhhi şartlara uygun olarak tamiratının imkansız gibi olduğunu eğer mevcut durumun devamı isteniyorsa sıhhi şartların düzeltilmesi amacından vazgeçilerek kendilerinin yaptığı keşifle yetinilmesini, eğer hapishanenin hem sıhhi şartlara, hem de inşaat tekniklerine uygun bir tarzda olması isteniyorsa uygun bir yerde yeni bir hapisane inşa edilerek mevki olarak da uygun olmayan bu binanın terkedilmesini tavsiye etmektedir (BOA.DH.MB.HPS.9/52).

Dâhiliye Nezareti talep edilen ödeneği ancak yıl sonuna az bir zaman kala gönderdiği için planlanan tamiratın bitirilmesi mümkün olmamış, ilk keşifte gösterilen döşeme, su deposu ve tuvaletlerin tamirâtı ancak yetiştirilebilmiştir. Bu işler için ilk keşif cetvelinde toplam 14.325 kuruş masraf gerektiği kayıt altına alınmışken tüm tamirat 5.463 kuruşa mal edilmiştir. Gönderilen ödenekten yıl sonu geldiği halde harcanamayan 18.795 kuruş ise bütçe mevzuatı gereğince iade edilmiştir. Fakat müdür odasında yapılması gerekli tamirat olduğu için Dahiliye Nezaretiyle tekrar yazışmalar yapılarak ilk keşifte bu işler için gerekli olduğu belirtilen 7.728 kuruş %10 sonradan çıkması muhtemel harcamalar kalemi de eklenerek 8.500 kuruş olarak 1331 yılı bütçesinden tekrar gönderilmiştir (BOA.DH.MB.HPS.9/52).

1915 yılındaki tamiratta hapishane binasının temel sorunlarına çözüm bulanamadan geçici iyileştirmeler yapılabilmektedir. Hatta belediye başmühendisinin verdiği rapora göre fiziki yapıdaki şikâyetlerin giderilmesi için bu binadan vaz geçilerek yeni bir hapishane yapılması gereklidir. Adana Valisi 30 Ocak 1916 tarihinde Dâhiliye Nezaretine bir yazı yazarak, oldukça küçük, adi harçla kireçten yapılmış olan hapishanenin kapasitesinin 150 kişi olduğu halde 500'e yakın mevcudunun bulunduğu, yeni bir hapishane inşasına şiddetle ihtiyaç olduğunu, 400 kişilik bir hapishane projesi hazırladığını, (Ek 1, 2, 3, 4) I. Dünya Savaşı öncesi rayice göre hazırlanan projenin 881.000 kuruşa mal olacağını, savaş durumunda bu ödeneğin verilmesinde sıkıntı olacağını bildiği için, vilayetteki askeri teşkilattan alacağı yardım ve mahpusları çalıştırarak yapacağı tasarrufla 400.000 kuruşa tamamlamayı taahhüt ettiğini beyan etmiştir. Devamında ise hemen işe başlamak için 100.000 kuruş, ilerleyen safhada da 300.000 kuruş ödenek gönderilmesini talep etmiştir (BOA.DH.MB.HPS.39/5). Dahiliye Nezareti talebi olumlu karşılayarak 1917'de 300.000 kuruş, 1918 yılında ise 100.000 kuruş göndermiştir (BOA.DH.MB.HPS.64/31; BOA.DH.MB.HPS.98/56). Yeni hapishane inşaatının bitiş tarihi belgelerden takip edilemese de 300.000 kuruşu gönderdikten bir yıl sonra 100.000 kuruş daha gönderilmesi inşaatın başlayarak planlandığı gibi gittiğinin göstergesidir. Hapishane projesi incelendiğinde; iki katlı olan binada toplam 22 koğuş, 18 tuvalet, 2 mutfak, 2 imalathane, 2 çamaşırhane, 2 depo, 1 hamam, 1 yemekhane ile hükümlü ve tutukluların ziyaretçileriyle görüşebilmeleri için görüşme odası bulunmaktadır. Hapishane görevlileri için de müdür odası, kalem odası ve hademe odasından oluşan bir müdüriyet dairesi ile doktor odası, eczane, hasta koğuşu, bulaşıcı hastalıklar odasından oluşan bir hastane dairesi bulunmaktadır. Ayrıca jandarma ve gardiyan koğuşu ile jandarma komutanı, başgardiyan ve nöbetçi gardiyanlar için de ayrı odalar planlanmıştır (BOA.DH.MB.HPS.39/5).

4 Kasım 1916 itibarıyla Adana hapishanesinde kadınlar ve erkekler için ayrı yerler bulunmasına rağmen her iki bölümde de hükümlü ve tutuklular bir arada kalmaktadırlar (BOA.DH.MB.HPS.M.29/26). Hapishanenin kadınlar bölümü kiralık olarak kullanılmakta olup 14 Haziran 1913 tarihinde yapılan mukavelede yıllık kirası 1.842 kuruş olarak belirlenmiştir (BOA.DH.MB.HPS.44/46). 1918'e

gelindiğinde kiralananan hanenin sahibi Celil Efendi'nin kiranın arttırılmasıyla ilgili talebi Meclis-i İdare-i Vilayetçe de uygun görülmesine rağmen Mebani-i Emiriye ve Hapishaneler İdaresi Müdüriyeti, bütçenin ilgili faslında ödenek olmadığını beyan ederek talebi reddetmiştir (BOA.DH.MB.HPS.47/36).

I. Dünya Savaşı'ndan sonra işgal kuvvetlerinin hapishanelere özel bir ilgileri görülmektedir. Kurulan komisyon marifetiyle İstanbul ve Anadolu'da birçok hapishaneyi teftiş ederek raporlar hazırlamışlar ve eksikliklerin giderilmesini talep etmişlerdir (Özçelik, 2011:26, 31-36). Adana'yı işgal eden Fransızlar da aynı şekilde davranarak, Vali Vekili Abdurrahman Efendi'ye verdikleri emir üzerine, aylık 330 kuruş (yıllık 39.6 lira) kira ödenen kadın hapishanesinin yerine 1 Kasım 1921 tarihinde yıllık 150 liraya başka bir hane kiralanmıştır (BOA.DH.MB.HPS. 48/36). Fransızların hapishaneye müdahaleleri bununla da kalmamış yine bir şekilde devreye girmeleriyle -her ne kadar belgede mahpusların kimliklerine ulaşılmasa da- Adana, Tarsus, Mersin hapishanelerinde bulunan ve cezalarının 2/3'ünü çekmiş olan 23 şahıs ile hafif suçlardan hükümlü olan 7 şahsın geriye kalan cezaları 28 Ağustos 1919 tarihinde affedilmiştir (BOA.MV.251/85).

Mahpuslar

1858 tarihli Ceza Kanununa göre Osmanlı'da suçlar, uygulanması gereken cezalara göre cinayet, cünha ve kabahat olarak üçe ayrılmıştır. Bu ayrıma göre, İdam, kürek, kalebentlik, sürgün, memuriyetten çıkarma gibi ağır ceza gerektiren suçlar cinayet, üç seneye kadar hapis, üç ay ile üç sene arasında sürgün, üç ay ile altı sene arasında memuriyetten çıkarma cezalarını gerektiren suçlar cünha, bir haftaya kadar hapis ile 100 kuruşa kadar para cezasını gerektiren suçlar ise kabahat olarak adlandırılmaktadır (Öztop, 2015:76). Bu tasnif esas alınarak Osmanlı hapishanelerinde bulunan hükümlü ve tutukluların sayıları dörder aylık sürelerde Dâhiliye Nezaretine bildirilmekteydi.1916 itibariyle 150 kişi kapasitesi bulunan (BOA.DH.MB.HPS.39/5) Adana hapishanesinin değişik tarihlerdeki mevcudu aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 2: Hapishane Mevcudu (1915-1918 Arası Dörder Aylık Dönemler).

Dönem	Suç cinsi	Mahkûm miktarı			Tutuklu Miktarı			Genel Toplam
		Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	
1330 (M.1914/15) üçüncü 4 ay	Cinayet	175	1	176	99	3	102	334
	Cünha	20	0	20	36	0	36	
	Kabahat	0	0	0	0	0	0	
	Toplam	195	1	196	135	3	138	
1331 ilk 4 ay	Cinayet	67	2	69	151	5	156	266
	Cünha	41	0	41	0	0	0	
	Kabahat	0	0	0	0	0	0	
	Toplam	108	2	110	151	5	156	
1331 üçüncü 4 ay	Cinayet	161	1	162	200	13	213	464
	Cünha	69	20	89	0	0	0	
	Kabahat	0	0	0	0	0	0	
	Toplam	230	21	251	200	13	213	
1332 ilk 4 ay	Cinayet	184	3	187	181	17	198	470
	Cünha	75	10	85	0	0	0	
	Kabahat	0	0	0	0	0	0	
	Toplam	259	13	272	181	17	198	
1333 ilk 4 ay	Cinayet	123	2	125	172	5	177	353
	Cünha	47	4	51	0	0	0	
	Toplam	170	6	176	172	5	177	

Kaynak: BOA.DH.MB.HPS. 155/2, 157/50; BOA.DH.MB.HPS.M.20/10, 21/2, 31/28.

Aşağıdaki tabloda ise 1919 yılı tamamındaki mevcut görülmektedir.

Tablo 3: Hapishane Mevcudu (1919).

	Hükümlüler		Tutuklular		Toplam	
	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın
	1.772	27	2.083	39	30.855	66
Genel Toplam	1.799		2.122		3.921	

Kaynak: BOA.DH.MB.HPS.98/56.

Bu istatistikler dörder aylık dönemler esas alınarak yapıldığından yukarıdaki tablolar aynı andaki mevcudu değil dönem içerisinde tahliye olan ve yeni gelenleri de kapsamaktadır. Tablo 2’de görüldüğü üzere 1914-1918 yılları arasındaki dörder aylık istatistiklerde hapishanede en az 266, en çok ise 470 kişi bulunmakta olup ortalaması 377 kişi olmaktadır. Bu rakam yıla çevrildiğinde hapishanede ortalama 1.131 kişi bulunmaktadır. Fakat 1919 yılına gelindiğinde Tablo 3’de görüldüğü üzere yıl içerisinde 3.921 hükümlü veya tutuklu hapishanede bulunmuştur. Bu artışın sebebi, 1917 ve 1918 yıllarında devam eden yeni hapishane inşaatının bitmesi ve çevre hapishanelerden buraya yapılan nakiller olmalıdır. Tablo 2 ve 3’te toplam

5.808 hükümlü ve tutuklu bulunmakta olup bunların 179'u (%3) kadınlardan oluşmaktadır.

Kadınların yanı sıra hapisanede 18 yaşından küçük çocuklar da çeşitli suçlardan bulunmaktadır. 4 Kasım 1916 itibariyle hapisanede 26 hükümlü, 27 tutuklu olmak üzere toplam 53 çocuk bulunmaktadır (BOA.DH.MB.HPS.M.29/26). 12 Mart 1917 itibariyle ise hükümlü çocukların sayısı 35 olup bunlardan 15'i hırsızlık, 12'si ırza tecavüz, 3'ü fiil-i livata, 3'ü öldürme, 2'si ise kızlık bozmaktan yatmaktadır. Bu çocuklardan hırsızlıktan ceza alanlar; 3 ay ile 2 sene arasında, tecavüz suçundan ceza alanlar; 4,5 ay ile 15 sene arasında, fiil-i livata suçundan ceza alan 3 kişiden birisi 1 sene, diğer ikisi 1,5 sene, adam öldürmekten ceza alan 3 kişiden birisi 2,5, diğeri 5, sonuncusu 15 sene, kızlık bozan iki çocuk ise 5'er sene ceza almışlardır (BOA.DH.MB.HPS.158/66).

Mahpuslar tarafından Osmanlı hapisaneleriyle ilgili en çok şikâyet, sağlık şartlarının yetersizliğiyle ilgili yapılmaktaydı. Hapishane binasının sıhhi şartları haiz olmaması ve kapasitenin üzerinde mahpus bulunması temel şikâyet konularını oluşturmaktadır. Arşivlerde, şikâyetlerin dikkate alındığına dair kayıtlar bulunsa da bunlar genellikle –yoğunluğu azaltmak için bina kiralama gibi- geçici çözümler olmakta, temel sorunlar devam edip gitmekteydi (Şen, 2008:207). Devlet, binaların fiziki şartlarını düzeltmekte zorlansa da sağlıkla ilgili diğer tedbirleri gerekli şekilde alabilmektedir. 1880 tarihli Nizamnameye göre Adliye Nezareti hapisanelerde doktor görevlendirecek, doktor görevlendirilemeyen taşra vilayetlerde ise belediye doktorları görev yapacaklardır (Yıldız, 2012: 481). Hastaların kullanmaları gereken ilaçlar da devlet tarafından karşılanmaktadır. Bu meyanda Adana hapisanesinde 1919 yılında 15.335 kuruşluk ilaç kullanılmıştır (BOA.DH.MB.HPS.98/56). Adana hapisanesinde 1914/15 yıllarında yapılan tamirat esnasında hapisanede tedavisi mümkün hastalıklar için üst kattaki bir koğuş bütün levazimatıyla beraber altı yataklı bir hastane haline getirilmiştir (BOA.DH.MB.HPS.M.2/108). İdare için titizlikle tedbir alınması gereken hastalıklar bulaşıcı olanlardır. Ocak 1915 ve Ocak 1916'da ortaya çıkan lekeli humma örneklerinde olduğu gibi idare bu konuda oldukça hızlı davranmakta, hapishane idaresi, Valilik, Dahiliye ve Adalet Nezaretleri derhal devreye girerek gerekli tedbirleri almaktadırlar (BOA.DH.MB.73/49; BOA.DH.MB.HPS.74/64).

Hapishanede zaman zaman ölümler de olmaktadır. 1329 senesinde (M.1913/14) 18, 1330 senesinde 10 (BOA.DH.MB.HPS.79/30), 14 Mart-19 Kasım 1915 arasında ise 12 kişi vefat etmiştir (BOA.DH.ŞFR.494/299). Hastalıktan dolayı meydana gelen ölümlerin yanı sıra sık görülmesi de 1905'te Tefik Nevzat örneğinde olduğu gibi intihar eden mahpuslar da olmaktadır (BOA.Y.EE.KP.25/2453).

Mahpuslar için önemli sorunlardan birisi beslenme olmuştur. 1880 tarihli Nizamnameye göre tutuklulara sadece ekmek, hükümlülere ise ekmekle birlikte haftada 6 gün çorba, 1 gün ise yemek verilecektir (Yıldız, 2012: 483). Fakat 4 Kasım 1916 itibariyle Adana hapisanesinde bulunan tutuklularla birlikte hükümlülere de

sadece ekmek verilmekte olup diğer yiyecekler mahpuslar tarafından hapishane yanındaki bakkal dükkanından satın alınmakta veya dışarıdan bir şekilde temin edilmektedir (BOA.DH.MB.HPS.M.29/26). Mevzuattaki tutuklular aleyhine olan durum 1 Aralık 1917 tarihinde çıkarılan ve hapishanede tutulan kişilerin beslenmeleriyle ilgili olan nizamname ile değişmiştir. Bu nizamnameyle tutuklulara da çorba ve yemek verilecektir. Buna göre çorba, mevsimine göre kuru zahire veya taze sebzeden, sade veya iç yağıyla pişirilecek ve kişi başı günlük 130 dirhem olacaktır. Hamile veya emzikli kadınlara doktorun belirleyeceği miktarı aşmamak üzere daha fazla verilebilecektir. Çorbaya konulacak yağın miktarı sebzenin çeşidine göre doktor tarafından belirlenecek, haftada bir kere çorba yerine mevsimine göre kuru zahire veya sebzeden yapılmış etli yemek verilecektir. Kişi başı verilecek etin miktarı 60 dirhemdir. Et ile beraber verilecek kuru zahire fasulye ise 40, pirinç ise 20 dirhemdir. Ramazan ayında Müslüman mahpuslara sahur için kişi başı ayrıca 50 dirhem pirinç, 6 dirhem iç yağ, 4 dirhem tuz, iftar yemeği için de yeterli miktarda zeytin verilecek olup Gayri Müslimlerin bu tarz günlerinde de bu usule uyulacaktır (BOA.DH.MB.HPS.M.31/81). Bu nizamname uygulamaya geçirilmiş olacak ki 1919 yılında toplam 3.921 hükümlü ve tutuklu için 642.156, 30 kuruş gibi oldukça yüksek miktarda yiyecek ve içecek masrafı yapılmıştır (BOA.DH.MB.HPS.98/56).

Hapishanede mahpuslar için bazı sosyal imkânlar da bulunmaktadır. 1915 itibariyle cami, 1916 itibariyle 71 erkek mahpusun devam ettiği okul ve 30 kişinin çalıştığı bir ayakkabı imalathanesi bulunmaktadır. Bunların dışında 35 kişi hapishanenin kendi işlerinde çalışmakta, 15 kişi ise özel siparişlerin imalatıyla meşgul olmaktadır (BOA.DH.MB.HPS.9/52; BOA.DH.MB.HPS.M.29/26).

Hapishanede bulunanlar için en önemli beklenti af çıkmasıdır. Adana hapishanesinde de hükümlüler için zaman zaman bireysel veya toplu aflar çıkmaktaydı. Öldürme suçundan dolayı 15 sene ceza almış olan Adana Bakır Hindi Mahallesi sakinlerinden Salih'in annesi Külli Hatun, 20 Mart 1895 tarihinde bir dilekçe vererek engelli eşi ve Salih'in küçük yaştaki oğluyla birlikte yaşadıklarını, geçim zorluğu çektiklerini, kendilerine bakacak kimselerinin bulunmadığını, oğlu Salih'in affedilmesini istediğini beyan etmiştir. Adana İdare Meclisi tarafından konuyla ilgili yapılan araştırmada, dilekçede belirtilen konuların doğru olduğu, Salih'in 17 Mayıs 1887 tarihinde tutuklandığı anlaşılmıştır. Ayrıca Salih'in doktorlar tarafından yapılan muayenesinde eklem ve göz rahatsızlıkları bulunduğu tespit edilmiştir. Yapılan yazışmalar neticesinde 22 Ağustos 1895 tarihinde Salih için af çıkmıştır (BOA.İ.AZN.16/1)

Hapishanenin işleyişiyle ilgili önemli konulardan birisi de mahpusların ziyaretçileriyle görüşme imkânlarıdır. 20 Temmuz 1914 öncesi mahpuslar akrabalarıyla her gün görüşebilmekteydiler. Bu durum hapishanede bazı düzensizliklere, iç nizamının bozulmasına ve firarlara sebep olmaktaydı. Bu mahzurları ortadan kaldırmak için söz konusu tarihten sonra bir düzenleme yapılarak pazar, salı ve perşembe günleri ziyaret günü olarak belirlenmiş, bu sayede hapishanede meydana gelen olayların % 95 nispetinde önüne geçilmiştir. Sonuçta,

1329 (M.1913/14) senesinde hapishaneden 7 mahpus firar itmişken, 1330 senesinde mevcut artmasına rağmen sadece 1 firar olayı meydana gelmiştir. Hapishanedeki olayların azalmasının önemli sebeplerinden birisi de disiplin bozan mahpuslara yönelik olarak hapishaneler talimatına konulan sert müeyyidelerdir (BOA.DH.MB.HPS.79/30).

Adana hapishanesinde bulunan mahpuslar konusunda söz edilmesi gereken konulardan biri de 5 Ekim 1915 tarihinde Fehim isimli mahpusun 102 mahpus adına Sadaret Makamına çektiği telgraftır. Söz konusu telgrafta; her ne kadar çeşitli suçlardan mahkûm ve tutuklu olsalar da lekeli ayaklarıyla muazzez vatanımızı işgal etmek isteyen düşmanlara karşı ilan edilen Cihad-ı Ekber'e katılarak vatana hizmete amade oldukları, icap eden harp karargâhına sevklerinin yapılmasını talep ettikleri ifade edilmektedir (BOA.DH.EUM.2.Şb.2/12).

Hapishane Görevlileri

1880 tarihli Nizamnameye göre hapishane görevlileri bir müdür, bir başkâtip, yeteri kadar kâtip, başgardiyân, yeterli sayıda gardiyân, doktor, çamaşırcı, yeteri kadar hastane hademesi, bir işçi, bir imam (gerekliyorsa diğer dinlerin görevlileri) ve kadın hapishaneleri için kadın gardiyândan oluşmaktadır (Yıldız, 2012: 476). Mahbesten hapishaneye geçiş sürecinde Adana hapishanesine gereken memurlar tayin olunmayıp idare zabıtaya bırakılmıştı. Fakat zabıta memurları herhangi bir mahkeme kararı olmadan bir takım kişileri hapishaneye atıyorlar ya da tam tersi bir takım kişileri tahliye ediyorlardı. Bu mahzurları ortadan kaldırmak adına bir müdür, bir kâtip ve bir başgardiyân tayin edilmesi için Adana İstinaf Müdde-i Umumiliği 1887'de Adliye Nezaretine başvurduysa da, Nezaret, 21 Şubat 1887 tarihli yazısında Adana hapishanesinin zabıta ve jurnal katipleriyle idaresinin irade-i seniyye gereği olduğundan talebin karşılanamayacağını belirtmiştir (BOA.DH.MKT.1400/126). Zamanla bu uygulamadan vazgeçilerek gerekli memurların atandığı görülmekte olup 25 Kasım 1911 itibarıyla Adana hapishanesinde bulunan görevliler aşağıdaki gibidir.

Tablo 4: Hapishanede Görevli Memurlar ve Maaşları (25 Kasım 1911).

İsmi	Memuriyeti	Maaşı
Mehmet Emin Efendi	Hapishane müdürü	750
Mustafa Sabri Efendi	Hapishane kâtibi	400
Ali Rıza Efendi	Tevkifhane kâtibi	300
Atabek Efendi	Başgardiyân	300
Durmuş Ağa	Gardiyân	150
Ahmet Ağa	//	150
Bekir Ağa	//	150
Kayserili Ali Efendi	//	150
Halil Ağa	//	150
Zülfikar Efendi	//	150
Malatyalı Mehmet Ağa	//	150
Malatyalı Mehmet oğlu Mehmet Ağa	Hademe	150
Bitlisli Aşur Ağa	//	150
Meryem Kadın	Çamaşırcı	150

Kaynak: BOA.DH.MB.HPS.M. 2/108.

Tablo 4'te görüldüğü üzere nizamnameye göre bulunması gereken görevlilerden başkâtip, kadın gardiyan, doktor ve imam bulunmamaktadır. Hapishanede 1 başgardiyan ve 8 gardiyan görev yapmakta iken 9 Kasım 1911 tarihinde gardiyanlardan Hacı Mehmet Ağa'nın kaydı silinmiş, böylece gardiyan sayısı 7'ye düşmüştür (BOA.DH.MB.HPS.M.2/108).

Nizamname hükümlerine göre taşrada hapishanelerinde görevli doktor bulunmadığı takdirde belediye doktorlarının bu görevi yürütmesi gerektiğinden (Yıldız, 2012:481) Adana hapishanesinde de bu usul takip edilmekte ve Adana Belediye doktoru hapishane doktorluğu da yapmaktadır. Diğer eksik görevlilerin de tamamlanması için çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Örneğin 18 Mart 1915 itibariyle kadın gardiyan görevlidir (BOA.DH.MB.HPS.74/6). Adana Valiliği 1917'de Dâhiliye Nezaretine yazdığı bir yazıda, mülkiye müfettişliğiyle istinaf müdde-i umumiliği tarafından hapishane ve tevkifhane için birer imam tayininin gerekli görüldüğünü, kendilerinin de aynı fikirde olduğunu, maaş için yeterli ödeneğin gönderilmesini talep etmektedir (BOA.DH.MB.HPS.M.32/5). 18 Mart 1915 tarihi itibariyle hapishane görevlileri aşağıdaki gibi olmuştur.

Tablo 5: Hapishanede Görevli Memurlar ve Maaşları (18 Mart 1915).

İsmi	Memuriyeti	Maaşı(kuruş)	Düşünceler
Osman Nuri Efendi	Hapishane müdürü	750	
Mustafa Sabri Efendi	Hapishane kâtibi	400	Sicili iyi değildir. Ancak idarede fenalığı görülmemiştir. Ahlakını değiştirmiş gibidir.
Ali Rıza Efendi	Tevkifhane kâtibi	300	Düzenlidir. Yapabilecekleri sınırlı ve biraz tembeldir.
Muhyiddin Efendi	Tabip.	250	İşini iyi yapar.
Mehmet Ata	Başgardiyan	300	İşini iyi yapar
Durmuş Ağa	Gardiyan	200	Bir gardiyana lazım olan vasıfları haiz değildir. Ancak maaşının düşüklüğünden dolayı iyisi bulunamıyor.
Ahmet Ağa	Gardiyan	200	//
Ali Efendi	//	200	Bütün yönleriyle düzenli bir gardiyandır. Terfi ve taltife layıktır.
Abdullah Efendi	//	200	//
Adem Ağa	//	200	//
Raşit Ağa	//	200	//
Osman Ağa	//	200	Bir gardiyan olacak derecede değildir. Maaşının düşüklüğünden dolayı mecburen istihdam edilmektedir.
İsmail Ağa	//	200	//
Münhal	//		
Hanım	Kadınlar gardiyanı	200	Görevini yapar. Düzenlidir.

Kaynak: BOA.DH.MB.HPS 74/6.

Tablo 4 ve Tablo 5'te görüldüğü üzere 1911'de toplam 14 personel bulunmakta, 1915'de de aynı sayı muhafaza edilmektedir. Hapishane müdürünün düşünceleri dikkate alınacak olursa mevcut personelin bir kısmı nitelik olarak da yeterli değildir. Bu durumun farkında olan Dâhiliye Nezareti 27 Aralık 1918 tarihli bir yazışmasında, hapishanelerde yapılan ıslahatlara rağmen bu çalışmaların

başarıya ulaşmasının memurların liyakat ve iktidarlarına bağlı olduğunu, memurların ıslahı için ayrıca çalışma yapılacağını ve liyakatli kişileri bu alana rağbet ettirmek için gerekli ortamın hazırlanacağını ifade etmektedir (BOA.DH.MB.HPS.79/30). Gardiyan sayı ve maaşlarının azlığı ülke çapında sorun oluşturduğundan bu konuda merkezden talepler olmaktadır. Dahiliye Nezareti 26 Mart 1914 tarihli tamiminde mali sıkıntılar sebebiyle taleplerin karşılanamayacağını, gardiyanlar konusunda yapılacak ıslahat sırasında bu sorunların çözülebileceğini ifade etmektedir (BOA.DH.İUM.3/45).

1914/15 yıllarında Adana hapishanesi memurlarının görevleriyle ilgili bazı düzenlemeler yapıldığı görülmektedir. Örneğin, o zamana kadar tutulmayan maaş, masraf, demirbaş eşya defterlerinin tutulmasına başlanılmış ve evrak kayıt işleri düzene sokularak dosya usulüne geçilmiştir. Ayrıca memur ve hizmetlilerin görevleri ayrılarak gardiyanların nöbetlerinin de kayıtları tutulmaya başlanmıştır. Kaydı tutulmayan konulardan birisi de belediye doktoru tarafından verilen reçetelerdi. Bunların da kaydı tutularak olabilecek suiistimallerin önü alınmış ve I. Dünya Savaşı sebebiyle sahillerdeki hapishanelerden Adana hapishanesine yapılan nakiller sebebiyle mevcut artmasına rağmen ilaç masraflarında yıllık 3.052 kuruş tasarruf sağlanmıştır (BOA.DH.MB.HPS.M 2/108).

SONUÇ

Mahbesten hapishaneye geçiş süreci Osmanlı Devletinin XIX. yüzyılın ikinci yarısında yaşadığı değişim hareketlerinin bir parçasıdır. Bu süreçte bir taraftan Tanzimat ve Islahat Fermanlarıyla ortaya konulan yeni anlayışın, bir taraftan da Batı'nın etkisini görmek mümkündür. Yeni dönemde, binaların iyileştirilmesi, mevzuatın düzenlenmesi, yeni anlayışa uygun personel istihdamı gibi aşılması gereken önemli sorunlar bulunmaktadır.

1880'de çıkarılan Nizamnameyle mevzuat çalışmalarına başlanılmış ve yeni düzenin temelleri atılmıştır. Devletin içinde bulunduğu mali sıkıntılar binaların iyileştirilmesini zorlaştırırken *Hapishaneler İdare-i Umumisinin* yeniden tanzimiyle *Mebani-i Emiriye ve Hapishaneler İdaresi Müdüriyeti* 'ne geçiş yapılarak, devlet binaları konusunda çalışan bir teşkilatla hapishaneler idaresi aynı çatı altında buluşturulmuş olmaktadır. Esasen binalar dışında ortak bir çalışma alanı bulunmayan bu iki birimin birleştirilmesiyle hapishane ve tevkifhanelerin ülke çapındaki inşa çalışmalarına hız verme amaçlanmış olmalıdır.

Yeni sisteme geçilirken Adana Hapishanesinin en önemli sorunlarından birisi fiziki yapıdaki eksiklikler, diğeri ise personelin nicelik ve nitelik olarak yetersizlikleri olarak göze çarpmaktadır. Ödenek talep edilerek binada tamirat yapmanın yetersiz olduğu görülünce merkezi idarenin katkısı ve mahalli imkânların birleştirilmesiyle yeni bina inşa edilerek soruna kökten çözüm bulma çabalarına girilmiştir. Fakat personel yetersizlikleri konusunda mahallinde bir çözüm üretme imkânı olmadığından ülke çapında yapılacak ıslahatı beklemek gerekmektedir.

Adana hapishanesinde okul, imalathane, cami bulunması hapishanelerden beklentinin eskiden olduğu gibi sadece cezalandırma değil aynı zamanda suçluların ıslahı da olduğunu göstermektedir. Ayrıca hapishanede imam bulunurken, gerektiğinde diğer dinlerin ruhani liderlerinin de bulunabileceği ve yemek nizamnamesi hükümleri gereğince Ramazan ayında Müslüman mahpuslara verilen ek tayinatın diğer din mensuplarının benzer günlerinde de verilmesi yönündeki hüküm mahpusların dini ihtiyaçlarına da tam bir eşitlik içerisinde cevap verildiğini göstermektedir.

KAYNAKÇA

Arşiv Kaynakları

BOA.(Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı Osmanlı Arşivi), DH.(Dâhiliye Nezareti). EUM. (Emniyet-i Umumiye Müdüriyeti) 2.ŞB (2. Şube Evrakı), 12/12.

BOA.DH.MB.HPS (Mebani-i Emiriye ve Hapishaneler Müdüriyeti Belgeleri) 9/52, 39/05, 43/2, 44/46, 47/36, 48/36, 64/31, 73/49, 74/6, 74/64, 79/30, 98/56, 155/2, 157/50, 158/66.

BOA.DH.MB.HPS.M. (Mebani-i Emiriye-Hapishaneler Müdüriyeti Müteferrik Evrakı) 2/108, 20/10, 21/2, 29/26, 31/28, 31/81, 32/5.

BOA.DH.İUM. (İdâre-i Umumiye Belgeleri) 3/45.

BOA.DH.MKT.(Dahiliye Nezâreti Mektubî Kalemî) 1400/126, 2005/73.

BOA.DH.ŞFR (Şifre Evrakı) 494/299.

BOA.DH.TMIK.S. (Dahiliye Nezareti Tesri-i Muamelat ve Islahat Komisyonu)16/127.

BOA.İ.AZN (İrade, Adliye ve Mezahib Evrakı) 16/1.

BOA.MV.(Meclis-i Vükela Mazbataları) 251/85.

BOA.MVL.(Meclis-i Vala Evrakı) 294/70, 303/44.

BOA.Y.EE.KP. (Yıldız Esas Evrakına Ek, Sadrazam Kâmil Paşa Evrakı) 25-2453.

Kitap ve Makaleler

Adak, U. (2006). *XIX. Yüzyılın sonları XX. yüzyılın başlarında Aydın vilayetindeki hapishaneler*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Bardakoğlu, A. (1997). Hapis. *TDV İslam ansiklopedisi*. Cilt: 16.

Devellioğlu, F. (1986). *Osmanlıca-Türkçe ansiklopedik sözlük*. Ankara: Kurtuluş Ofset.

Orat, A. J. & Çelik, F. (2011). Diyarbakır vilayeti hapisaneleri. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (7), 73-95.

Özçelik, M. (2011). Mütareke Dönemi'nde Osmanlı hapisanelerinin durumu. *CTAD*, 7 (14), 16-39.

Öztop, F. (2015). Suç cetvellerine göre Osmanlı Devletinde adam öldürme suçu: Aydın vilayeti (1908-1916). *Türk İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2 (3), 75-85

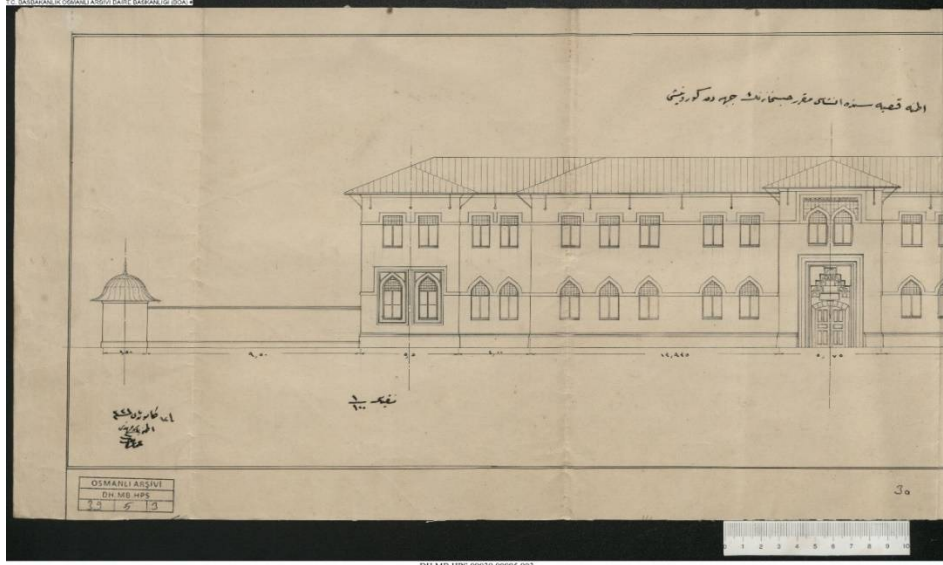
Schull, K. (2008). Tutuklu sayımı: Jön Türklerin sistematik bir şekilde hapisane istatistikleri toplama çalışmaları ve bunların 1911-1918 hapisane reformu üzerine etkileri. Noemi Levy, Alexandre Toumarkine (Der), *Osmanlı'da asayiş suç ve ceza 18-20. yüzyıllar* içinde (ss. 212-238). İstanbul:Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Şen, H. (2008). Osmanlı'da Hapisane Mefhumu. Noemi Levy, Alexandre Toumarkine (Der.), *Osmanlı'da asayiş suç ve ceza 18-20. Yüzyıllar* içinde (ss. 200-211). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Temel, M. (2009). XX. Yüzyıl başlarında Menteşe sancağı hapisaneleri. *SUTAD*, (26), 109-135.

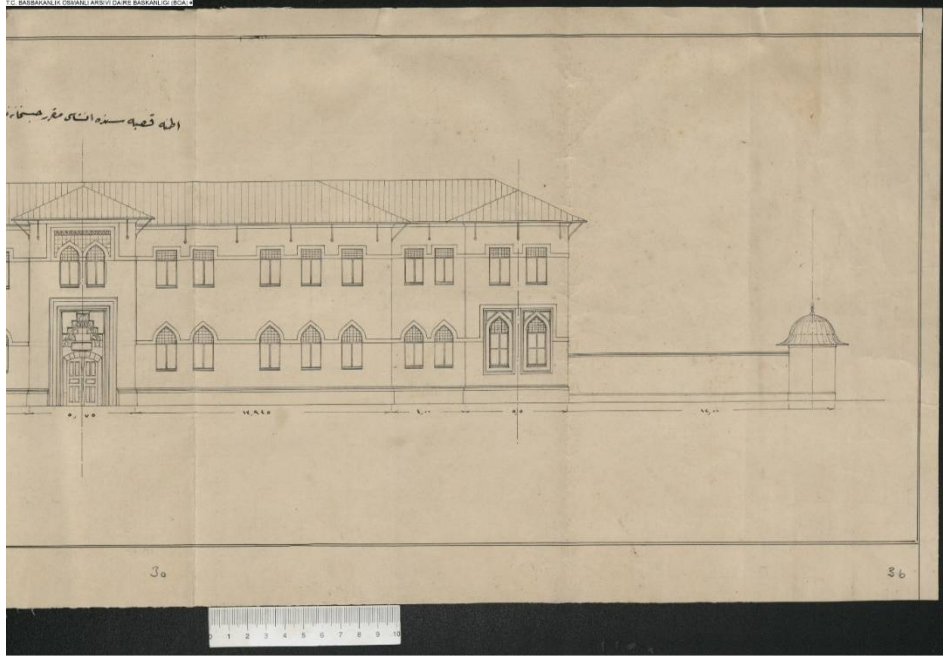
Yıldız, G. (2012). *Mapusâne Osmanlı hapisanelerinin kuruluş serüveni (1839-1908)*. (1. Baskı). İstanbul: Kitabevi.

EK 1: İnşası Kararlaştırılan Hapishane Binasının Cepheden Görüntüsü (1916)



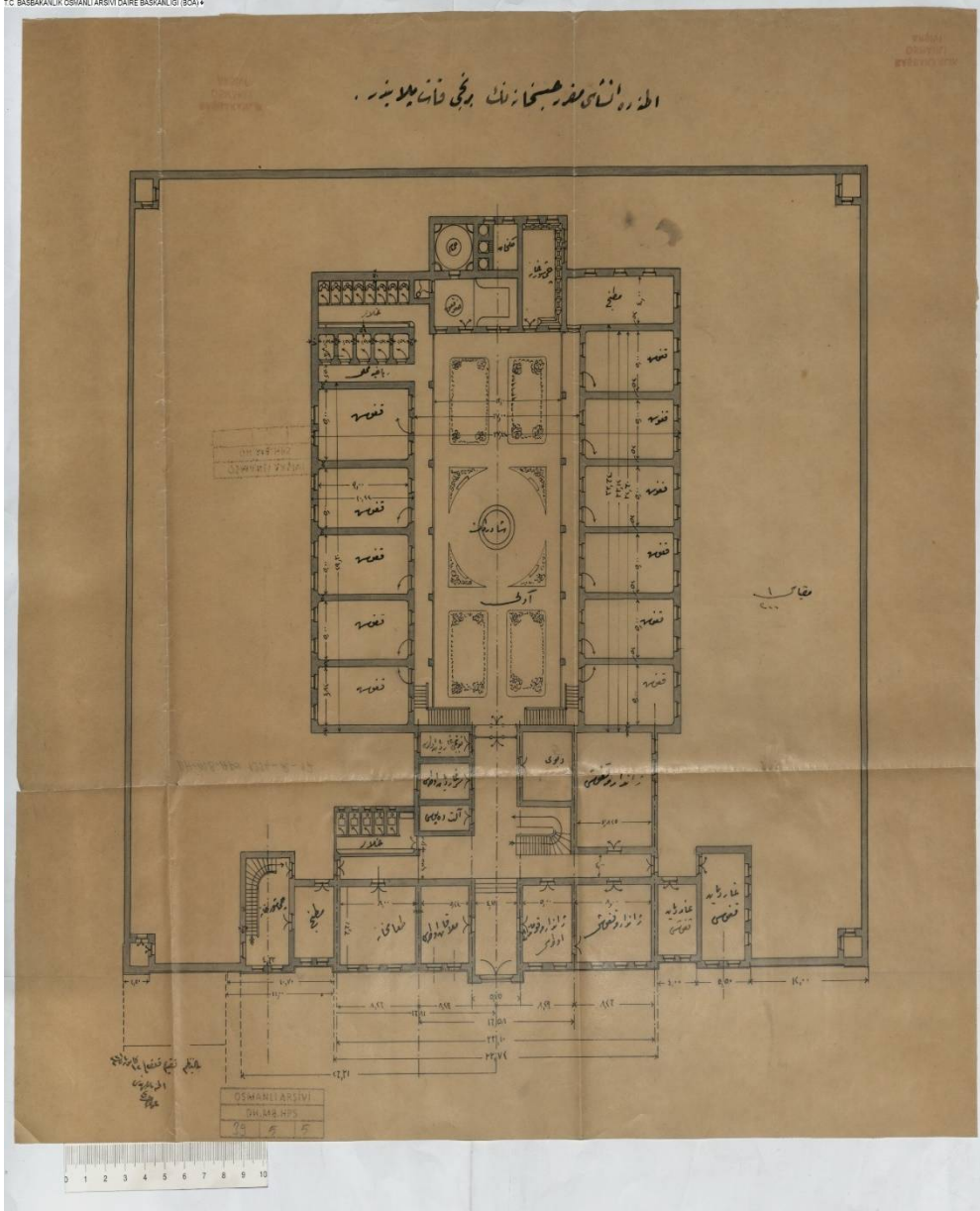
Kaynak: BOA.DH.MB.HPS.39/5.

EK 2: İnşası Kararlaştırılan Hapishane Binasının Cepheden Görüntüsü (1916)



Kaynak: BOA.DH.MB.HPS.39/5.

EK 3: İnşası Kararlaştırılan Hapishane Binasının Birinci Kat Planı (1916).



Kaynak: BOA.DH.MB.HPS.39/5.

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ
MAKALE YAYIM İLKELERİ VE YAZIM KURALLARI

1. Genel İlkeler

DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda en az dört defa yayımlanan hakemli bir dergidir. Derginin yayım dili Türkçe'dir. Ancak İngilizce makaleler de yayımlanabilir. Dergi, sosyal bilimler alanına özgün katkılar yapan teorik ve/veya uygulamalı makaleleri yayımlamayı amaçlar. Dergiye gönderilen makalelerin daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış olması ve herhangi bir yerde yayımlanması için değerlendirme sürecine girmemiş olması gerekir. Başka bir yerde yayımlanması amacıyla başvuru yapıldığının, aynıısının ya da benzerinin başka bir dergide yayımlanmış olduğunun tespiti halinde makale değerlendirme sürecinden çıkarılır.

Dergiye gönderilen makaleler, Araştırma ve Yayın Etiğine uygun olmalıdır. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, COPE (Committee on Publication Ethics)'un Editör ve Yazarlar için Uluslararası Standartlar'ını dikkate almaktadır.

Dergiye başvuru, değerlendirme, yayın süreci ve bilgilendirmeler TÜBİTAK ULAKBİM DergiPark sistemindeki <http://dergipark.org.tr/deusosbil> adresi üzerinden yapılır. Başvuruda sisteme yüklenecek makale derginin Makale Yayım İlkeleri ve Yazım Kuralları'nda (Yazar Rehberi) belirtilen ilkelere, şekil şartlarına, atıf usullerine ve yazıldığı dilin yazım kurallarına uygun olarak düzenlenmiş olmalıdır. Sisteme makale ile birlikte taahhütname ve intihal raporu da eklenmelidir.

Yazarlar birden fazla makale için başvuru yapabilirler. Yazarın birden fazla makalesinin kabul alması durumunda, bir ciltte yazara ait yalnızca bir makale yayımlanabilir. Yazarın kabul almış diğer makalesinin basımı ancak bir sonraki ciltte yapılabilir.

Dergi editörleri ve yayın komisyonu üyeleri görevleri süresince dergide değerlendirilmek üzere makale başvurusu yapamaz ve makale yayımlayamaz.

Yazar ve hakemlerle iletişim DergiPark sistemi üzerinden ve dergiye ait sbedergi@deu.edu.tr adresi üzerinden gerçekleştirilir. Yazarlar ve hakemler iletişim adresi olarak belirttikleri e-posta adresini kontrol etmelidirler.

Dergiye gönderilen makaleler ön değerlendirme aşamasında, editörler ve yayın kurulu tarafından kapsamı, dergi politikası, yazım kuralları, alana özgün katkısı, bilimsel anlatımı, yönünden incelenir. Çalışmalar, ön değerlendirme ölçütlerini karşılamaları halinde iki hakeme gönderilir. İki hakemin birbirine zıt görüş bildirmesi halinde üçüncü bir hakeme başvurulabilir. Hakemlerin ve yazarın kimlikleri bu süreçte çift taraflı kör hakemlik politikası gereğince gizli tutulur. Hakemler için verilen değerlendirme süresi, hakemin değerlendirmeyi kabul ettiği

tarihten itibaren 15 gündür. Hakem değerlendirmesi tamamlanan makalelerin yazarlarına hakem raporları sistem üzerinden e-posta ile gönderilir. Düzeltme istenmesi halinde hakem raporlarının yazara gönderildiği tarihten itibaren 7 gün içinde düzeltilmiş makale ve düzeltme raporunun sisteme yüklenmesi gerekmektedir. Hakem raporları doğrultusunda makalenin yayımlanıp yayımlanmamasına, editörler ve yayın kurulu karar verir. Basımı uygun görülen makaleler dizgi aşamasına alınır, basımı uygun görülmeyen makaleler ise reddedilir. Yayımlanmayan makaleler, yazara geri verilmez. Dergideki makalelerin bilimsel sorumluluğu yazara aittir. Yayımlanmış eserlerden kaynak gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir. Dergide yayımlanmasından sonra makalenin tüm telif hakları DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi'ne aittir. Yayımlanmış çalışmaların yazarlarına telif ücreti ödenmez. Dergide yayımlanmış makaleler DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi onayı olmadan başka bir yerde yayımlanamaz ve çoğaltılamaz.

Dergiye değerlendirilmek üzere makale gönderen yazarlar derginin "Makale Yayım İlkeleri ve Yazım Kuralları"nı ve belirtilen telif koşullarını kabul etmiş sayılırlar. Söz konusu kural ve ilkelere uymayan makalelerin sorumlulukları yazar(lar)a aittir. Dergi Yayın Komisyonu'nun ilgili kural ve ilkelere uymayan makaleleri "değerlendirme sürecinde veya sonrasında" "reddetme" hakkı bulunmaktadır.

2. Makalelerin Gönderilmesi

Makaleler, "MS Word" formatında kayıtlı olmalı ve TÜBİTAK ULAKBİM DergiPark sistemindeki DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi sayfasına <http://dergipark.org.tr/deusosbil> adresinden üye girişi yapılarak yüklenmelidir.

Sisteme makale ile birlikte taahhütname ("Makale gönder" sayfasından indirilebilir) ve intihal raporu da eklenmelidir. Dergimiz için editör kurulunca belirlenen benzerlik oranı üst sınırı yüzde 10'dur. İntihal tespit programındaki filtreleme seçenekleri şu şekilde ayarlanır: -Kaynakça hariç (Bibliography excluded) -Alıntılar hariç (Quotes excluded) -5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 5 words) -Program menüsünde bulunan diğer filtreleme seçenekleri raporlamaya dâhil edilmez. -Raporlar ".pdf" sürümü olarak İthenticate programı çıkışlı olmalıdır.

Yazar bilgileri sisteme eksiksiz olarak girilmeli, birden fazla yazar olması durumunda "yazar ekle" seçeneğinden yazar sıralamasına dikkat edilerek tüm yazarlar eklenmeli ve iletişim yazarı belirtilmelidir. Yazar bilgilerine uluslararası geçerliliği bulunan <https://orcid.org/> adresinden alınacak ORCID (Open Researcher and Contributor ID) numarası da girilmelidir.

Makale DergiPark sistemine yüklenirken "Editöre Not" kısmına aşağıdaki bilgiler yazılmalıdır (varsa yazarların editöre iletmek istedikleri notlar da bu alana

yazılabilir): Makalenin yazar sıralamasına dikkat ederek, yazar adı ve soyadı (soyadı büyük harflerle), unvanı, adresi (üniversite, fakülte, bölüm adı bulunmalıdır), email adresi; varsa teşekkür notu; makale daha önce bildiri, tez vb. olarak herhangi bir yerde sunulmuşsa ya da proje/araştırma desteğinden yararlanılarak hazırlanmışsa bu durumu açıklayan Türkçe ve İngilizce not; makalenin türü (araştırma makalesi, derleme, olgu sunumu vb.); “UAK Doçentlik Sınavına Başvuru Şartları” “temel alan” tablolarından makalenin konu alanına uygun “bilim alanı” ve “kodu”.

DergiPark'a değerlendirilmek üzere yüklenen makale dosyası hakemlerle paylaşılan değerlendirme sürümü olduğundan kör hakemlik politikası gereğince bu dosyada yazar isimlerine yer verilmemeli, ayrıca dosya özelliklerine girilerek yazar bilgileri silinmelidir.

Makalelerin ayrıca posta ile gönderilmesine gerek yoktur.

3. Yazım Kuralları ve Biçimsel Özellikler

Makaleler, MS Word programında “Times New Roman” karakteriyle “11 Punto”, tek satır aralıklı ve iki yana yaslanmış olarak yazılır. Sayfa yapısı A4 olmalı; sağ “4 cm”, sol “4 cm”, üst “5,25 cm” ve alt kenarlardan “4,75 cm” boşluk bırakılmalıdır. (Bu ayarlar “sayfa düzeni” - “kenar boşlukları” bölümünden yapılmaktadır). Paragraf başlarındaki girinti “1,25 cm” ve paragraf aralarındaki boşluk önce “0 nk” sonra “6 nk” olmalıdır. (Bu ayarlar MS Word programında “paragraf ayarları” - “girintiler ve aralıklar” bölümünden yapılmaktadır).

Makalenin genel kurgusu sırasıyla şöyledir: Makalenin yazıldığı dildeki başlığı, özü ve anahtar kelimeleri, ikinci dildeki (makale Türkçe ise İngilizce, makale İngilizce ise Türkçe) başlığı, özü ve anahtar kelimeleri, tam metin, dipnotlar, kaynakça (references) ve -varsa- ekler.

Makalenin Türkçe ve İngilizce başlıkları “Times New Roman” karakteriyle “11 Punto” ve “kalın” yazılmalıdır. “Öz” (Abstract), “Anahtar Kelimeler” (Keywords) başlıkları kalın olmak üzere bu başlıklar ve öz metni “Times New Roman” karakteriyle “10 Punto” ve italik yazılmalıdır. Özler 150-250 kelimedenden oluşmalıdır. Özde, çalışmanın amacı ve kapsamı, özgün yönü ve incelediği alana getirdiği katkı, yöntemi ve başlıca vurguları, değerlendirmeler ve öneriler kısaca belirtilmelidir. Anahtar kelimeler en az dört, en çok altı tane olmalıdır. Anahtar kelimelerin arasında virgül kullanılmalı, her kelimenin ilk harfi büyük yazılmalı, anahtar kelimelere numara verilmemelidir.

DergiPark sistemine yüklenecek ve değerlendirilmek üzere hakemlere sunulacak makale dosyasında kör hakemlik politikası gereğince yazar kimliğine ilişkin ifadelerin bulunmaması gerekmektedir. Dolayısıyla sisteme yüklenen makale dosyasının ilk sayfasında yalnızca, makalenin yazıldığı dildeki başlığı, özü ve anahtar kelimeleri, ikinci dildeki (makale Türkçe ise İngilizce, makale İngilizce ise Türkçe) başlığı, özü ve anahtar kelimeleri yer almalıdır.

Makalenin ana metni anahtar kelimelerden sonra “GİRİŞ”(INTRODUCTION) başlığı ile başlamalıdır. Metindeki ana başlıklar, sola dayalı, büyük harfle ve koyu olarak yazılmalıdır. İkinci düzey başlıklar sola dayalı, koyu ve kelimelerin sadece ilk harfleri büyük yazılmalıdır. Üçüncü düzey başlıkları da sola dayalı ve koyu ancak sadece ilk kelimelerinin ilk harfi büyük yazılmalıdır. Başlıklarda harflendirme ve numaralandırma yapılmamalıdır.

Tablo ve şekil başlıkları numaralandırılarak paragraf girintisiyle tablo ve şekillerin üzerinde “Times New Roman” karakteriyle “11 Punto” yazılmalıdır. Tablo, Şekil, Grafik kelimeleri ve numaraları koyu yazılmalıdır. Tablo ve şekil adlarında her kelimenin ilk harfi büyük yazılmalı, koyu yazılmamalıdır. Örneğin; **Tablo 1:** Tablo Başlığı. Tablo içi yazım karakteri “Times New Roman ve 8 Punto” olmalıdır. Kaynak, şekil ve tablonun altında paragraf girintisiyle başlanarak “Times New Roman 10 Punto” ile kaynakçada olduğu gibi yazılmalı ve sayfa numarası belirtilmelidir.

Dergide metin içinde kaynak gösterme, APA (6. sürüm) atıf yöntemine uygun olarak parantez içinde yazar soy ismi ve yayın yılı şeklinde yapılır. Örneğin; (Saaty, 1999: 90). Kaynak gösterilen çalışma iki yazarlıysa iki yazarın soy isimleri gösterilir. Örneğin; (Arslan & Yener, 2016: 22). Kaynak gösterilen çalışma üç ve daha fazla yazarlıysa ilk yazarın “soy ismi vd.” ifadesi kullanılmalıdır. Örneğin; (Tekinalp vd., 2000: 98-99). Metin içinde aynı konuya birden fazla kaynak gösterilmişse ya da yer verilmişse, yazarların soy isimleri alfabetik sıralamayla aralarına noktalı virgül işareti konularak gösterilmelidir. Örneğin; (Ahmet, 2009; Can, 2001; Uysal, 2006). Aynı yazarın aynı yıla ait farklı çalışmaları, yayın yılı sonuna konulacak “a, b, c, ...” harfleriyle gösterilmelidir. Örneğin; (Yılmaz, 2008a; 2008b).

Metinde dipnot uygulaması ilgili sayfanın altında, metnin bütünlüğünü bozmayacak şekilde yalnızca açıklama amacıyla kullanılmalıdır ve “Times New Roman 10 Punto” karakteriyle verilmelidir.

Metin içi atıflarda ve kaynakçada kullanılan kısaltmalar, referans verilen kaynağın dili gözetilmeksizin, makalenin yazım diline uygun yazılmalıdır. Örneğin; Türkçe makalede “ve”, “vd.”, “Der./Ed.”, İngilizce makalede “and”, “et al.”, “Ed./Eds.” gibi.

Makalede ek verilmesi halinde her bir ek ayrı sayfada olacak şekilde kaynakçadan sonra verilmeli, “EK” başlığı büyük harflerle, koyu ve sola dayalı olarak yazılmalı, ayrıca numaralandırılmalıdır. Ek başlığındaki her kelimenin ilk harfi büyük yazılmalıdır. Örneğin; **EK 1:** Ek Başlığı.

Yararlanılan kaynaklar, makalenin sonunda ayrı bir sayfada “Kaynakça” (References) başlığı altında alfabetik olarak soy isim sırasıyla gösterilmelidir. Her kaynak paragraf girintisiyle başlanarak yazılmalıdır. Kaynakçada aynı yazarın aynı yıla ait çalışmaları varsa, çalışmanın yapıldığı yılın sonuna “a, b, c, ...” harfleri koyularak sıralanmalıdır.

Kaynakça kısmında da APA stilinde (6. sürüm) kaynak gösterimi yapılmalıdır. Uyulması gereken genel kurallara ilişkin örnekler aşağıda verilmiş olup örneği bulunmayan kaynak gösterimleri için <http://www.apastyle.org/> adresine ya da ilgili kaynaklara başvurulmalıdır.

Kitap:

Rosenau, P. M. (2004). *Post-modernizm ve toplum bilimleri*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Kitap bölümü:

Muecke, M. A. (1994). On the evaluation of ethnographies. J. M. Morse (Der.), *Critical issues in qualitative research* içinde (ss. 187-209). London: Sage.

Dergi:

Kılıç, G. & Öztürk, Y. (2009). Kariyer yönetimi: Beş yıldızlı otellerde bir uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20 (1), 45-60.

E-dergi:

Drichoutis, A. C., Lazaridis, P. & Nayga, R. M. Jr. (2006). Consumers' use of nutritional labels: A review of research studies and issues. *Academy of Marketing Science Review*, 2006 (9). <http://www.amsreview.org/articles/drichoutis09-2006.pdf>, (Erişim Tarihi: 02.09.2011).

Tez:

Çolakoğlu, Ü. (1997). *Konaklama işletmelerinde yönetici-yönetilen ilişkilerinde iletişim stratejileri*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Sempozyum ve kongre bildirileri:

Huber, E. & Uzun, L. (2000). Dilbilim alanında Türkçe yazılan bilimsel metinler üzerine gözlemler. A. S. Özsoy ve E. E. Taylan (Ed.), *XIII. Dilbilim Kurultayı (13-15 Mayıs 1999) Bildirileri* içinde (ss. 201-215). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

İnternet adresi:

University of Georgia (varsa yayın yılı). Points of pride.
<http://www.uga.edu/profile/pride.html>, (Erişim Tarihi: 08.09.2011).

Raporlar:

TCMB (1995). *Yıllık Rapor*. www.tcmb.gov.tr, (01.05.2011).

Bikmen, F. & Meydanoğlu, Z. (Ed.) (2006). *Türkiye’de sivil toplum: bir değişim süreci*. Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi Türkiye Ülke Raporu. İstanbul: Tüsev Yayınları No:39.

İnternet makale:

Suronovic, M. S. (2005). *International finance theory and policy*.
<http://internationalecon.com/Finance/Fch70/Fch70.php> (Erişim Tarihi: 11.09.2011).

İnternet bildiri:

Temiz, D. & Gökmen, A. (2009). Foreign direct investment and export in Turkey: The period of 1991-2008. *EconAnadolu 2009: Anadolu Uluslararası İktisat Kongresi*, 17-19 Haziran 2009, Eskişehir, Türkiye.
http://econ.anadolu.edu.tr/fullpapers/Temiz_Gokmen_econanadolu2009.pdf, (Erişim Tarihi: 30.10.2011).

Makalenin yazımıyla ve atıflarla ilgili belirtilmeyen diğer konularda bilimsel makale yazım kuralları esas alınmalıdır. Söz konusu kural ve ilkelere uymayan makalelerin sorumlulukları yazar(lar)a aittir.

İÇİNDEKİLER / CONTENT

Türkiye’de Mutluluk Düzeyini Etkileyen Faktörler: Mekânsal Ekonometri Analizi Hakan ÖNDES	1039
Türkiye’de Döviz Kuru, Enflasyon ve Faiz Oranlarının Etkileşimi Sedat YENİCE, Ersin YENİSU	1065
Dijital Medyada Haber: Gazetecilikte Arama Motoru Optimizasyonu Uygulaması Üzerine Bir Araştırma Serkan BULUT	1087
Türkiye’de Faaliyet Gösteren İki Havayolu Şirketinin Veri Zarflama Analizi ile Etkinlik Ölçümü Serkan DERİCİ, Koray UYGUR	1107
İş Tatmini Psikolojik Sahiplenme İlişkisinde Lider Üye Etkileşiminin Düzenleyicilik Etkisi Metin IŞIK, Zeki UÇAR	1119
Çevre Dostu Ürün Satın Alma Niyetinde Algılanan Kalite, Algılanan Risk ve Güvenin Rolü Zehra BOZBAY, Melike GÜLEÇ, Nargiz ZULFUGAROVA	1147
Sosyal Medyada Paylaşılan Reklamların Kültür Endüstrisi ve Cinsiyetçilik Kavramları Bağlamında İncelenmesi Cihangir EKER	1173
Kimlik, Milliyetçilik ve Yurttaşlık Ekseninde Sınırlar: Muratlı Örneği Kerem ÖZBEY	1197
Sırtçantalıların Kaçış Deneyimi: Akış Kuramı Yaklaşımı Ceren İŞÇİ, Berrin GÜZEL	1225
Açık Alan Rekreasyonu Olarak Yamaç Paraşütü Etkinliğine Katılanların Motivasyonları ve Etkinlik Memnuniyetlerinin Belirlenmesi: Arsuzfest Örneği Çağrı SAÇLI, Ceyhan Özdemir KAHRAMAN	1249
Su Altı Dalış Motivasyonu: Demografik ve Deneysel Özellikler Bakımından Değerlendirilmesi Osman ÇULHA, Eren GÖNÜL	1271
Gastromilliyetçilik ve Gastrodiplomasi Kavramları Üzerine Bir Değerlendirme Turgay BUCAK, Serkan YİĞİT	1305
Kuzey Afrika’da Bir Bağımsızlık Mücadelesi Analizi: Polisario Cephesi ve Sahra Arap Demokratik Cumhuriyeti (SADC) Cantürk CANER, Betül ŞENGÜL	1321
Turkey’s Changing Security Environment and Transformation of Turkish Foreign Policy Müge AKNUR, Tuğcan DURMUŞLAR	1355
Developing an Inpatient Perceived Healthcare Service Quality Scale (Ip-Hsq) Nurcan DENİZ, Köksal BÜYÜK	1377
Osmanlı Devleti Son Döneminde Adana Hapishanesi İbrahim YILMAZ	1411