

Yıl: 2019
Cilt:1
Sayı:Ek Sayı

BİLİMSEL/HAKEMLİ

ANADOLU AKADEMİ

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

ANADOLU AKADEMİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
(BİLİMSEL / HAKEMLİ/ YILDA 2 SAYI YAYINLANIR)

CİLT 1 / SAYI (Ek Sayı)
EKİM - 2019

SORUMLU EDITÖR VE İMTİYAZ SAHİBİ

Doç. Dr. Üyesi Mustafa KARACA
Anadolu Üniversitesi

TEKNİK SORUMLU ve EDITÖR YARDIMCISI

Doç. Dr. Özgür Demirtaş
Kayseri Üniversitesi

BİLİM KURULU

- Prof. Dr. A. Asuman Akdoğan / Erciyes Üniversitesi**
Prof. Dr. Ayşe Banu Başar / Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Dilaver Tengilimoğlu / Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. İsmail Kayar / Altınbaş Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Başar / Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Fatih Köksal / Amasya Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Şükrü Akdoğan / Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Marangoz / Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Sezai Türk / Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Metin Kazancı / Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Metin Işık / Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Nurettin Güz / Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Özkan Ertürk / Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar Salman / Milli Savunma Üniversitesi
Doç. Dr. Kenan Güllü / Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. N. Öykü İyigün / İstanbul Ticaret Üniversitesi
Doç. Dr. Nilsun Sarıyer / Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Sema Polatçı / Gaziosman Paşa Üniversitesi
Doç. Dr. Vahit İlhan / Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Zülfiye Acar Şentürk / Uşak Üniversitesi

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Murat Yakar / Mersin Üniversitesi (Başkan)

Doç. Dr. Hakan Akdağ / Mersin Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ali Bayram / Hitit Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi A. Bahadır Darı / Yalova Üniversitesi

Dr. Fulya Almaz / Akdeniz Üniversitesi

Dr. Simge Ünlü Kurt / Sakarya Üniversitesi

Dr. Zeynep Öztürk Yaprak

Dr. Halil Özcan Özdemir / Ahi Evran Üniversitesi

Öğr. Gör. Faruk Sadıç / Abdullah Gül Üniversitesi

Arş. Gör. Mehmet Ali Gazi / Trabzon Üniversitesi

Arş. Gör. Caner Çakı / İnönü Üniversitesi

Arş. Gör. Mustafa Cankut Kurt / Gümüşhane Üniversitesi

Arş. Gör. Kübra S. Yüzüncüyl / Sakarya Üniversitesi

REDAKSİYON

Tuğba Mutlu / Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

<http://dergipark.gov.tr/anadoluakademi>

İÇİNDEKİLER / CONTENT

Küreselleşmenin Eğitimcilere Yansıyan Yönleri: Aktör-Yapı Tartışması Bağlamında Bir Değerlendirme Aspects of Globalization Reflected to Educators: An Evaluation in the Context of Actor-Structure Discussion Doç. Dr. Uğur KESKİN - Dr. Öğr. Üyesi İlker USTA	1-18
Antrenörlerin Davranış Özellikleri, İlke ve Çalışma Yöntemleri Behavioral Characteristics, Principles and Working Methods of Coaches Murat TERLEMEZ	19-28
Kurum Kimliğinin Kavramsal Olarak Sınıflandırılması Bireysel Kimlik: Türk Televizyonunda Acun Ilıcalı Örneği The Individual Identity Conceptual Classification of Institutional Identity: Acun Ilıcalı Example in Turkish Television Mehmet BABACAN	29-42
Vichy Fransası'nda Müttefik Devletlerine Karşı Yürütülen Propaganda Faaliyeti The Propaganda Activity in Vichy France Against the Allied Countries Prof. Dr. Metin IŞIK - Doç. Dr. Mustafa KARACA	43-62
İkinci Dünya Savaşı'nda Japonya Karşısı ABD Propaganda Posterlerinin Korku Çekiciliği Bağlamında İncelenmesi The Examination of the USA Propaganda Posters in the Context of Fear Appeal in the Second World War Serkan KIZILCI - Dr. Öğr. Üyesi Tamer KAVURAN	63-78
Cumhur İttifakı Oluşum Sürecinde Ak Parti ve MHP Liderlerinin Nasıl Bir İkna Dili Kullandığı; Parti Grup Toplantıları Örneği How The Ak Party and MHP Leaders Used Conversation in the Republic Alliance Formation Process; Party Group Meetings Example Mehmet ULAŞ - Dr. Alper YILMAZ	79-94
Üstün ve Özel Yetenekli Öğrencilerin Akademik Ortamlarda Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun İncelenmesi: Balıkesir Örneği Investigation of the Fear of Negative Assessment of Gifted Students and Talented Academic Study: Balıkesir Example Özay Nuri AKSOY	95-110
İnsan Kaynakları Uygulamalarının İş Tatmini ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına Etkisi The Effect of Human Resources Practices on Job Satisfaction and Organizational Citizenship Behavior Mahmut AKIN	111-131

Küreselleşmenin Eğitimcilere Yansıyan Yönleri: Aktör-Yapı Tartışması Bağlamında Bir Değerlendirme

Aspects of Globalization Reflected to Educators: An Evaluation in the Context of Actor-Structure Discussion

Doç. Dr. Uğur KESKİN - Dr. Öğr. Üyesi İlker USTA†*

Başvuru Tarihi: 10.10.2019
Kabul Tarihi: 25.10.2019

Özet

Küreselleşme konusu farklı yönleriyle ele alınabilmekte ve değerlendirilebilmektedir. Buna karşılık bu makale; küreselleşmeyi eğici boyutuyla incelemeyi amaçlamaktadır. Hızlı bir değişim süreci yaşanmakta olduğu günümüzde, küreselleşme; ona taraftar olmak ya da karşı olmaktan ziyade, içinde yaşanan kaçınılmaz bir olgu olarak belirginleşmiştir. Metot olarak, literatür incelemesi üzerinden kuramsal tartışma yönteminin benimsendiği bu makalede küreselleşme olgusunun takdim ettiği, ulusal ve evrensel açılımlara sahip bulunan bireyselleşme, toplumsallaşma ve küreselleşmenin süreçlerinin eğitimsel boyutu incelenmeye konu edilmiştir. Makale kapsamında yapılan aktarım ve anlatımlar sonucunda, özellikle aktör olarak eğitimciler ile yapı olarak kurumlar ve küreselleşmenin etkileşime dayalı doğası gereği, aktör ile yapının birbirini kuşatmasından dolayı eğitimcinin, sosyal gerçekliği özgünleştirerek sunabilmesine olanak sağladığı, bu durumun ise inşacı anlayışla tezat teşkil etmeyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Eğitim, Aktör-Yapı Tartışması.

* Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, ugurkeskin@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2740-4120

† Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, ilkerusta@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3549-1511?lang=en

Abstract

The issue of globalization can be handled and evaluated in different aspects. In contrast, this article; The aim of this course is to examine globalization in an oblique dimension. In today's world, where rapid change is taking place, globalization; it has become evident as an inevitable phenomenon experienced in it rather than to support or oppose it. In this article, the method of theoretical discussion is adopted through the literature review and the educational dimension of the processes of individualization, socialization and globalization, which is presented by the phenomenon of globalization, has national and universal expansions. As a result of the transfers and narratives made within the scope of the article, it has been concluded that due to the nature of the interaction based on the interaction nature of educators and institutions as a structure and globalization, the educator enables the socialist to present and present the social reality by presenting it, and this situation does not contradict the constructive understanding.

Keywords: Globalization, Education, Actor-Structure Discussion.

Giriş

Değişim olgusu, bir durumdan başka bir duruma geçişi ifade etmektedir. Değişim, belirli dönemlerde yavaş, belirli dönemlerde ise hızlı bir şekilde gerçekleşebilmektedir. Mevcut durumun muhafaza edilerek statükonun korunması, durağanlığı beraberinde getirmektedir ki bu da uzun vadede sürdürülememektedir. Geride kalan son iki yüzyıla bakıldığında ise, büyük ölçekli değişimlerin ve dönüşümlerin bu zaman dilimi içinde yaşanmış olduğu görülebilmektedir. Dolayısıyla değişimin etkileri, bütün varlıklar üzerinde kaçınılmaz bir biçimde kendini göstermektedir.

Değişim, hayatın sürekliliğini dikte ettiren ve yönlendiren karşı gelinemez bir olgudur. Birey ve toplum yaşamı, değişimin karşı gelinemeyen egemenliği altında biçimlenmektedir. Bu nedenle birey ve toplumlara düşen; değişime karşı direnmek, olup bitene karşı kendini kapamak değil; değişimle gelen olası gelişmelere hazırlıklı olma konusunda çaba sarf etmektir. Değişime bu anlamda hazır olmayan hiçbir organizma, değişim kaynaklı tahribata engel olamamaktadır (Doğan, 1999, s. 43).

Göçebe toplulukların yerleşik hayata geçmeleri, şehirli devletlerin oluşumu, öncül sosyal ve yönetsel örgütlenme biçimlerinin belirmeye başlaması, yazının, hukukun, kamusal faaliyetlerin ve bilimsel düşüncenin ilk örnekleri tarım devriminin ilk kazanımları olarak değerlendirilmektedir (Dursun, 1998, s. 134). On sekizinci yüzyılın sonlarından on dokuzuncu yüzyılın başlarına kadar olan ve sanayi devrimi olarak adlandırılan dönemde ise makineleşmeye bağı olarak başta tekstil ve demiryolları olmak üzere çeşitli alanlarda ortaya çıkan endüstriler, tarım toplumlarını kentsel sanayi toplumlarına dönüştürmüştür. Bu döneme kadar süregelen ve kırsal yaşamı belirleyen tüm toplumsal norm, alışkanlık ve gelenekler; fabrikalar ve kentsel yaşam biçimi karşısında kapsamlı bir değişime uğramıştır (Özdemir, 2007, s. 185).

İçinde yaşanmakta olunan döneme bakıldığında ise özellikle son yıllarda bilim ve teknolojiadaki hızlı gelişmelerin beraberinde getirdiği bilgi birikimi ve teknolojik ilerlemelerin, birey ve toplum yaşamını farklılaşmakta olduğu gözlemlenebilmektedir. Toffler (1997, s. 23-231), bu gelişmeleri “üçüncü dalga” olarak ifade etmiş, içinde bulunulan dönemi “enformasyon toplumu” olarak nitelendirmiş (Toffler, 1997, s. 32), bu dönemin öngördüğü çalışma ortamlarını ise “elektronik mesken” olarak tanımlamıştır (Toffler, 1997, s. 34-35).

Değişimin boyutlarını önceden kestirmek çok zor olsa da, değişimin varlığından kuşku duymamak mümkün görünmemektedir. Değişimden etkilendiği kadar değişimi gerçekleştirecek aktör de insan olduğu için (Serter, 1997, s. 205), değişime hazır olmamak; değişime kayıtsız kalmak ve ona sırt çevirmek, olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Geleneksel tarım toplumunun mutlu ve müreffeh feodal beyi (aristokrat), değişime hazır olmadığı için sanayi toplumunun kaybeden tarafında yer alarak gücünü, itibarını ve servetini zaman içinde elinden yitirmiştir çünkü yaşadığı toplumun dönüşümünü ve bu dönüşümün ortaya çıkardığı temel değerleri görememiştir (Doğan, 1999, s. 43). Feodal bey örneği, içinde bulunulan çağ için de geçerliliğini korumaktadır. Zira geleneksel sanayi toplumunun aristokratları, bilgi toplumunun genel yapısına ve bilgi çağının gereklerine uyum sağlayamadıkları nispete, değişime ayak uyduramamakta ve yeni toplum düzenindeki yerini korumakta zorluk yaşamaktadır. Özellikle sanayi devrimi sonrası gelişmelerin hızı dikkate alındığında, önceki dönemlerle kıyaslanamayacak bir farklılıkların söz konusu olduğu görülebilmektedir.

Son yıllardaki değişimin hızı her yönüyle artış kaydettiği için değişime uyum gösterme konusundaki gereklilik de aynı ölçüde önem kazanmış bulunmaktadır. Hız çağı, önce kendini insanın ulaşımında, daha sonra ise haberleşme olanaklarında görünürlük kazanmıştır. Sosyal çevre; üretim modelleri, yönetim biçimleri, çalışma şekilleri hatta doğal çevre de değişimden kendi paylarını almışlardır. Süregelen değişim, insanı, ufkunu genişletme gereği ile karşı karşıya bırakmıştır. Bütünsel düşünme ve hayal gücünden kapsamlı bir şekilde yararlanma, özellikle iş dünyasının vazgeçilmez bir gereği hâline gelmiştir (Serter, 1997, s. 205). Dolayısıyla, geleceğe dönük kurguların ne derece doğru ya da yanlış olduğu, beklenilenden çok kısa bir sürede anlaşılmaya başlamış, bir diğer deyişle zamanlar daralmıştır.

İnsanlık, tarihinin değişim sürecine damgasını vuran sanayi çağından sonra, günümüzde yepyeni bir değişim biçimiyle karşı karşıya bulunmaktadır. Sanayi toplumunun başlıca değerleri olan ticari zenginlik ve teknolojik mülkiyet geçerli akçe olmaktan hızla uzaklaşmaya başlamıştır. Yeni toplumun mülkiyet ögesi, yükselen değeri, “bilgi” olarak ön plana çıkmaktadır. Bilgi, sanayi toplumuna özgü olan sosyal düzeni başkalaştırarak yeni bir sosyal yapı inşa etmektedir. Hızlı olarak gerçekleşen bu değişim sürecine “küreselleşme”, bununla ortaya çıkan topluma “bilgi toplumu”, yaşanan çağa ise “bilgi çağı” denilmektedir (Doğan, 1999, s. 43). Bilgi, tasarlama ve üretme süreçlerinde temel gereksinim olma bakımından her zamankinden çok daha fazla ön plana çıkmaya başlamıştır. Bilgi üretiminin ve üretilen bilginin dışsallaştırılmasının kolay bir biçimde gerçekleştirilebildiği günümüzde örgüt çalışanları, Drucker’ın (2000, s. 26-27) deyişleriyle “bilgi işçisi” konumuna gelmiş bulunmaktadır. Eğitim kurumlarının çalışanı durumundaki eğitimciler de Drucker’ın bu tanımlaması içinde ifade edilebilecek nitelikler taşımaktadırlar. Zira bilgi üretme ve dağıtma misyonunu üstlenmiş olan eğitimcilerin, sürekli bir öğrenme ve bilgilenme süreci içinde bulunmaları, bu sayede de

değişme ve gelişmenin kaçınılmaz olduğu yeni toplumsal ve örgütlenme içindeki konumlarını sağlamlaştırılmaları gerekmektedir.

Çağdaş toplumsal yapıda, kişisel güvence unsuru, sanayi toplumunda olduğu gibi zaman zaman bireyin kimliğinin önüne geçirilen meslekler ve ticaret değil, “eğitim” olarak ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla eğitim, doğru yapılmak şartıyla, güvencenin yeni biçimi olarak belirginlik kazanmaktadır (Doğan, 1999, s. 44). Bilginin tam anlamıyla bir sermaye olduğunun anlaşılmaya başlaması, küresel iletişim çağının yeni olgusu haline gelmiş bulunmaktadır. Bilgiye bakış açısı bununla da sınırlı kalmamış, bireyin, işbölümü ve uzmanlaşmanın dar kalıplarının dışına çıkması gerekliliğini dikte ettirmeye başlamıştır. Bu nedenle de bireyden, birden fazla alanda ilgi ve bilgiye sahip olması vurgusu ön plana çıkmaya başlamıştır. Bu durum, kaçınılmaz olarak eğitimcilerde yansımış, eğitimcilerin de kendilerini çoklu alanlarda yetkinlik gösteren birer birey olmalarını zorunlu kılmıştır.

Bilgi, salt bilgi olmasının da ötesinde, ekonomik faaliyetlerin de taşıyıcı unsuru olarak ön plana çıkmaya başlamaktadır. Bilgiye ulaşmanın kolaylaşması ise bilgiye sahip olan ile olmayan arasındaki uçurumu/marjı kapatmış gibi görünmektedir. Bu durum, bilgiye sahip olanları, mevcut bilgilerini koruyup artırmaya, söz konusu bilgi seviyesinin gerisinde olanları ise bilgiye sahip olanların düzeylerine erişebilmeyi olanaklı kılmaktadır. Buradaki bilgiye ulaşma konusundaki ayrımı ortaya koyma gereği doğmaktadır. Zira erişilebilir açık bilgi kaynakları, kişi kurum, kuruluş veya devletlere doğrudan doğruya avantaj sağlamamaktadır. Asıl farklılığı sağlayan örtük ve kapalı bilgiler, söz konusu bilgiye sahip bulunanlar tarafından, kullanım hakları ve mahremiyet bakımından sıkı bir şekilde koruma altına alınmaktadır. Korunan bilgiden istenmeden sızanlar, çıkarsama yoluyla elde edilebilenler veya tersine mühendislik gibi teknik çabalar aracılığıyla edinilen bilgiler ancak yukarıdaki kapsamdaki bir avantajı gündeme getirebilmektedir.

Bilgi çağının gereklerini yerine getirerek seviye yükseltmenin, daha ziyade bir zihniyet meselesi olduğu, bu zihniyete ulaşmanın temelinde ise araştırma ve irdeleme fikrini geliştiren bir eğitimin yattığı gerçeğinin göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Her türlü gelişmenin temelinde eğitimle şekillenen üretici ve hayal edici fikir gibi kendine özgü değer ve kavramların yerinin olduğu da ihmal edilmemesi gerekmektedir. Zira bilim, eğitim içinde öğrenmeyi, ufku olmayı, yani hayal etmeyi, düşünmeyi ve düşünceyi doğru yönde kullanmayı gerektirmektedir (Keskin, 2012, s. 130).

Çağdaş bireyin alması gereken eğitim, “doğru eğitim” olarak nitelendirilmekte, söz konusu doğru eğitimin ise “çağa ve değişimin genel talep ve standartlarına uygun olan bir eğitim” olması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında eğitimin güvence üretebilmesi için, temel felsefe ve donanım bakımından hem kadim düşünme biçimleri hem de çağdaş değişimin talepleri ile uyumlu olmasını gerekli kılmaktadır. Değişim talepleri, genellikle “geleceğin toplumunda nasıl bir insan?” sorusunun cevabı ile karşılanabilmektedir. Söz konusu taleplere uygun niteliklere sahip bireylerde, karşılaştığı problemler üzerinde düşünen, planlayan, organize eden ve sonuçlandıran (üstlendiği sorumluluğu başından sonuna kadar götüren) bir kişilik yapısı ön plana çıkmaktadır. Bu tür bir kişilik yapısı ise bilgi ile yaşamayı öğrenme,

tahlil, sentez, araştırmacılık, girişimcilik, nesnellik, yaratıcı düşünce, karar verme, etkili konuşma, rapor hazırlama/sunma gibi öğrenilmiş vasıfları gerektirmektedir (Doğan, 1999, s. 44).

Çalışmanın Amacı, Yöntemi Ve Teorik Arkapları

Bu makale, küreselleşmenin kaynaklık ettiği gelişmeleri genel hatlarıyla ele alarak eğitim alanının başlıca aktörleri arasında yer almakta olan eğitimciler/öğretmenlere olan etkileşimi bakımından teorik tartışmalar aracılığıyla katkı sağlama amacı güdülen kaleme alınmıştır.

Makale yazımı sürecinde yapılan kaynak taramalarında veri tabanlarına ulaşım bakımından çoklu olanaklar sunan üniversite bağlantılı arama motorunun yanı sıra erişilebilen veri tabanları kullanılmıştır. Anahtar kavramlarla Türkçe ve İngilizce olarak yapılan bilimsel kaynak taramasında bu makalenin amaç, kapsam ve sınırlılıkları ile örtüşen geçmiş tarihli bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Küreselleşmenin “eğitim” ana boyutunu ele alan çalışmalar Rizvi ve Lingard (2000), Singh (2004), Spring (2008), Ball vd., (2010) tarafından yürütülmüştür. Türkçe yazında küreselleşmenin eğitim özelindeki etkileşimi üzerine yapılan başlıca çalışmalar ise Yurdabakan (2002), Yılmaz ve Horzum (2005), Yıldız (2008), Çınar (2009) ve Karaman (2010) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu genel kapsamlı sayılabilecek çalışmalar, literatüre kendi ölçüleri içinde katkı sağlamış olmalarına karşılık, küreselleşme anlayışı doğrultusunda yapılandırılan, eğitimci unsurunu ön plana çıkaran ve Türkiye eksenli tartışmalara yer verilen geçmiş tarihli bilimsel makaleler oldukça sınırlıdır. Söz konusu sınırlılık, bu çalışmanın özgünlüğünü öne çıkaran husus olarak dikkate değer bir nitelik ortaya koymaktadır. Bu belirlemeden yola çıkılarak, küreselleşmenin beraberinde getirdiği gelişmeleri eğitimcilerin cephesinden ele almaya yönelik bir kapsam ve içeriğin oluşturulabileceği varsayımına dayalı olarak katkı sağlamak hedeflenmiştir:

Makalenin, teorik destek sağlayabildiği nispette, çalışma hedefine yaklaşılmasının mümkün olabileceği öngörülmüştür. Makalede yöntem olarak, literatür taraması doğrultusunda kuramsal aktarma, açıklama ve izahlar ile değerlendirmede bulunma hedeflenmiştir. Araştırma odağı dikkate alındığında, küreselleşme konusunun eğitimciler dışında kalan aktörlerine ilişkin hususların bütünsel (holistik) bir biçimde izah edilmesinin olanağının bulunmamasından dolayı, küreselleşme bağlamının (subject) alt bileşeni (aspect) olarak eğitimci kapsamı ile sınırlanarak, ilgili sayılabilecek diğer hususlar, çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır.

Analiz: Aktör-Yapı (Cüz-Bütün) Tartışması

Küreselleşme içerikli bilimsel çalışmalar özellikle son yıllarda artma eğilimine girmiştir. Küreselleşme, gündem oluşturması bakımından pratik yaşamdan, teorik çalışmalara kadar olan birçok konuyu etkileyen bir unsur olarak dikkat çekmektedir. Bu yönüyle de özellikle bilimsel literatürdeki birçok araştırma ve incelemeye konu olmuştur. Küreselleşmenin, eğitimcilerle olan yansımalarının üzerinde durulduğu bu makalenin kavramsal çerçevesi, aşağıdaki alt başlıklarda

ele alınmıştır. Ortaya çıkan açılımlar olarak bireyselleşme-toplumsallaşma ve küyerelleşme-küreselleşme konuları aşağıdaki alt başlıklarda sırasıyla ele alınmıştır.

Aktörün Atomistik/Bireyci Eğilimi: Küyerelleşme

Sosyal ve kültürel ilişkilere yönelik görüşlerden, “İnsan hakları mı, devlet hakları mı?” denklemindeki birinci unsuru ön plana çıkaranlar birey vurgusu üzerine yoğunlaşmaktadırlar (Öke, 2001, s. 4-5). Atomcu/bireyci bakış açısı, tekil bir varlık olarak bireyi, başlıca “aktör” olarak kabul etmektedir. Bütünün içinde bir cüz olsa da (yapının içinde yer alan bir alt element gibi algılansa da), iradeci (volontarist) anlayışa göre birey, başat bir unsur olarak görülmektedir. Bu yönüyle bireylerin, klonlanmış varlıklar gibi birbirleri ile aynı özelliklere sahip olduğu düşünülmemektedir.

Atomculuk; Empedokles, Anaksagoras gibi öncül maddeci filozofların görüşlerini atom düşüncesi doğrultusunda geliştirdikleri bir düşünce okulu olarak ortaya çıkmıştır. Leukippos, Demokritos ve Epiküros gibi düşünürler de, atomcu görüşü savunmuşlardır. Epiküros’a (2019: 63) göre, gerçekten var olan herşey, atomlar ve boşluktan ibaret olan iki türden şeye indirgenebilmekte, cisimlerin cevherleri, bölünmez elemanlar olan atomlardan oluşmaktadır. “Alın yazısı diye bir şey yoktur, gelecek doğrudan doğruya bizim ellerimizdedir çünkü ona akılla şekil verebiliriz” diyen Epiküros (2019, s. 109), aktörden yana iradeci görüşünü ifade etmiştir.

Platon, huzurlu ve barışçıl bir dünyanın kurulabilmesi için bireylerden başlamak suretiyle, topluluk, devlet ve evrensel düzeye doğru bir genişleme sağlanarak bütünleşmeye engel teşkil eden eksikliklerin (eğitim gibi) giderilmesi gerektiği görüşünü ileri sürmüştür (Platon, 2013, s. 42). Platon’un dayanışma ve birliğe gösterdiği bu aşırı ilgiye karşı çıkan Aristoteles, bütün içindeki bireyi bir “tür” olarak ele alma ve ayırt edici özelliklerini öne çıkarmak gerekliliğini öne sürmüştür (Aristoteles, 2008, s. 38). On sekizinci yüzyıl düşünürlerinden Helvetius, Locke, Reid, Condillac, Kant, Voltaire ve Rousseau gibi düşünürler özellikle iktisadi ve siyasi alanlarda süregelen tartışmalara ideolojik ve düşünsel bir gerekçe sağlayan bireyi merkez olarak kabul etmiş ve adeta bencilliğin propagandasını yaparak bireyciliği önceleyen görüşler ileri sürmüşlerdir (Lukes, 2006, s. 17).

Voltaire, *Micromegas* adlı öyküsünde bireyci görüşünü ön plana çıkarmaktadır. Zira bu eserde öykülenen bireyler yalnızca işlerine yarayacak dışında hiçbir şeye kafa yormamaktadırlar. Buna karşılık, edindikleri uzmanlığa dayalı bilimsel bilgilerini her zaman için halkın yararına olacak şekilde kullanmaktadırlar (Voltaire, 2018, s. 167-169). Bilimsel gerçeklikler konusunda birbirleriyle hemfikir olan uzman bireyler, felsefi olarak her biri ayrı bir filozofun (Aristoteles, Descartes, Leibniz, Locke gibi) görüşünü savunmaktadırlar (Voltaire, 2018, s. 194-195).

Comte’a göre insan, kişisel faydayı gözeten bencillik ve başka bireylerin yararını gözetemeyen özgecilik eğilimlerine sahip bulunmaktadır. İnsanlığın gelişmesine bağlı olarak özgecilik anlayışı, bencillik karşısında galebe çalmaya başlamıştır. Özellikle kent yaşamındaki nüfusun arttıkça ve görece büyük ölçekli örgütlerde birlikte çalışma gereksinimi fazlaştıkça insanlar, başkaları için yaşamının gerekliliğini kavramaya başlamışlardır (Kaya, 2002, s. 76). Comte’a göre (2001, s. 80), “sosyal fenomenleri uygun biçimde incelemek için öncelikle bireysel yaşama

ilişkin yasaların derinleşmiş bir bilgisinden başlamak gerektiği kuşkusuzdur. Zira kolektif olarak yapılan bir incelemenin, bireylerin incelenmesinin saf bir sonucu olarak ele alınması imkânsızdır.”

Atomcu görüşü belirgin kılan husus; bu görüşün, sosyal bilimlerde belirli bir açıklama biçimi olan bireyciliğin temelini oluşturmasından ileri gelmektedir (Fay, 2000: 77). Bu yönüyle atomculuk, sosyal bilimlerdeki hatırı sayılır bir bakış açısı haline gelmiştir. Bireylerin kendi kendilerini yönlendiren aktörler olduğunu vurgulayan atomcular, insanların davranışlarını açıklamada bireylerin özellikleri ve etkinlikleri (arzuları, güdeleri ve seçimleri de dâhil) üzerinde yoğunlaşmak gerekliliğini vurgulamaktadırlar (Fay, 2000, s. 51).

Bireyselleşme, kişinin yeteneklerini geliştirme ve kullanabilme niteliğini kazanma sürecini ifade etmektedir. Bireyselleşme, yalnızca Batı’yı etkilemeyip, farklı bağlamlarda ve çeşitli figürlerle dünyanın dört bir yanında ortaya çıkmaktadır. Bireyselleşme, Batı’da toplum bilimleri alanındaki bazı araştırmacılar tarafından “çağdaş narsizim” olarak tematize edilen yeni bir gelişme olarak görülmektedir (Corcuff, 2016, s., 21). Bireyin gelişme olanaklarının önündeki her türlü engel, toplumsal sistemin ihmali, gafleti ve yanlışı olarak değerlendirilmektedir. Eğitim, toplumsal sistem adına bu konudaki ihmalin başlıca muhatabı olma niteliğini taşımaktadır. Bu itibarla bireyselleşme; bireylerin kişisel bilgi ve beceri ile çağa uygun eğitimle donanma mücadelesini ifade etmektedir. Toplumsal yaşama katılım sağlama ve toplumsal refaktan pay alabilmek için gerekli bir süreç olarak eğitim, kendisinden ne talep edilirse onu yapmakla yetinen değil, yeteneklerini geliştirerek, yetiştiği alanlarda kendisinden yararlanılan bireyleri yetiştirmeyi amaçlamaktadır (Doğan, 1999, s. 44-45).

Küyerelleşme, küreselleşmenin tek yönlü işleyen bir mekanizma olduğu anlayışının karşıtı bir yaklaşım olarak ortaya atılmıştır. Bu yönüyle küyerelleşme; yerelliği dikkate alan, yereli değiştiren, yerelle birlikte dönüşen, yeni formlar üreten kapsamlı bir süreci ifade eden bir anlayış olarak belirginleşmiştir (Çakmak vd., 2017, s. 128).

Küyerelleşme, küreselleşme ve yerelleşme olgularının temel dinamiklerinden yola çıkılarak, küreselleşme veya yerelleşme eksenli tartışmaların, açıklayıcılık bakımından tek başına yeterli olamayacağı düşüncesine dayanmaktadır. Bu yaklaşım, küresel olan ile yerel olanın uzlaşmaz gibi görünen çelişik görünümünde de çözüm sağlama anlayışını gündeme taşımaktadır. Her türlü karşıt görüşü destekleyebilecek verilere ulaşabilme hususunda cömert davranan sosyal bilimler alanında, durumsal bir yaklaşım görünümü ortaya koyan küyerelleşme, evrensel ak-kara tartışmasının ayrılmış kutuplarında yer bulan taraflar (uçlar/kutuplar) arasında karşılıklı bir anlaşma zemini oluşturulabileceği görüşünü ileri sürmektedir.

Yapının Toplumsallaşma Eğilimi: Küreselleşme

En genel süreç olarak toplumsallaşma, bireyin dünyaya gelişiyle birlikte, toplumun bir üyesi kimliğini kazanıncaya dek geride kat etmesi gereken aşamaların tümünü kapsamaktadır. Sosyalleşme sürecinde öğrenim, anahtar bir rolü üstlenmektedir. Kültürel ve sosyal aktarımın nesiller arasındaki aktarımı açısından toplumsallaşma önemli bir nitelik taşımaktadır. Yapı olarak okul ve benzeri bütün örgütler, bireyin gündelik davranışlarını yönlendiren birtakım kavrayış ve kurallar ortaya koymaktadır. Topluma ya da herhangi bir örgüte/kuruma yeni

katılanlar ya da aynı örgütte farklı bir işe geçiş yapanlar, var olan kalıplara uyum göstererek sosyalleşerek toplumsallaşmayı sağlamaktadırlar.

Modern yaşamın her alanını kuşatmış bulunan örgütler, her türlü günlük davranışı yönlendirebilecek çeşitli kavrayış ve kurallar geliştirmektedir. Toplumun bir parçası konumundaki bireyler, bu biçimsel yapılara uyum sağlayarak sosyalleşmeyi sağlamaktadırlar. Dolayısıyla, toplumsallaşma; toplumsal norm ve kuralların, beklenen tutumların, değer ve davranışların, nelerin önemli olduğunun kavranması olarak açıklayabilmek mümkündür.

Geleneksel toplumlarda, toplumsallaşma, toplumun taleplerini kayıtsız şartsız yerine getiren itaatkâr bir birey iken sanayi toplumunda, toplumun bu beklentilerinin yerine teknolojik otomasyonun merkezi birimleri geçirilmiştir. Bu ise bürokratik hiyerarşinin toplumsal hiyerarşiye dönüşmesi anlamını taşımaktadır. Böylelikle geleneksel toplumun itaatkâr bireyi, sanayi toplumunda özlük haklarını modern toplumun kurumlarına ve yöneticilerine devrederek yeni himayeler bulmakla, bireyselleşmeden uzaklaşabilmektedirler (Doğan, 1999, s. 45). Dolayısıyla, bireyselleşme ve toplumsallaşma süreçleri, birbirleri ile karşılık içinde ama her şeye rağmen yine de bir arada bulunabilmektedir.

Atomculuğa karşı olarak ifade edilebilecek bütüncü (holistik) yaklaşım, bütünün, kendisini oluşturan parçaların toplamından daha fazla olduğunu benimsemektedir. Durkheim ve Strauss gibi düşünürler tarafından benimsenen yaklaşımda, toplumların bütünlükler olarak görülmesi gerektiği çünkü bir bütün olarak toplumların, bireylerin özellik ya da karakteristiklerinden türetilmeyen özelliklere sahip olduğunu, dolayısıyla da analiz düzeyi olarak bireysel davranışların değil, büyük ölçekli kurumlarla bu kurumlar arasındaki ilişkilerden başlaması gerektiği ileri görüşü ileri sürülmektedir (Bedük, 2012, s. 94-95).

Bütüncü görüşe göre, olguları bütünlüğü içinde değerlendirmeden özüne ve bütünü kavramadan tahlil etmek mümkün olamamaktadır. Sosyolojik bir yaklaşım biçimi olarak bütüncü görüş, toplumu sosyal sistem olarak ele almakta, bu sayede hem bütünü oluşturan cüzlere gereken dikkat sarf edebilmeyi, hem de cüzler arasındaki münasebetleri belirleyebilmeyi mümkün kılmaktadır (Genç ve Demirdöğen, 2000, s. 41).

Bütünü irdeleme gerekliliği, “bütün” denilen unsurun parçalardan oluşmuşmuş bulunmasından ileri gelmektedir. Oluşum sürecinde, her bir parça, içinde yer aldığı bütüne yeni nitelikler kazandığı için parçalara bakarak bütünün anlaşılabilmesi mümkün olamamaktadır. Bu yaklaşımda bütün, onu oluşturan parçaların toplamından daha büyük bir değeri ifade etmektedir. Bir ile birin toplamının ikiden büyük olmasını ifade eden anlayış “sinerjik etki” olarak tanımlanmaktadır. Asıl vurgu noktasını “bütün” üzerinde yoğunlaştıran sistem yaklaşımına göre canlı veya cansız bütün organizmalar, kendini oluşturan alt sistemlerin (canlılar için sindirim, dolaşım gibi alt sistemler, cansız organizma örneği olarak örgütsel yapılanma içinde yer alan departmanlar) toplamından daha fazlasını ifade etmektedir. Bu organizmalar ayrıca çevresel unsurlarla karşılıklı etkileşimde bulunan açık birer sistem olarak kabul edilmektedir.

Genel sistem kuramı, bütüncü ve genelci olma iddiasıyla geliştirilmiştir. Bütüncülük; sosyal yapılara, organizasyonlara uygulanabilecek ortak kavramsallaştırma, yaklaşım, anlayış sunma iddiası taşımaktadır. Nasıl ki hekim, tanı için kendisine başvuran hastayı parçalara

ayırıyorsa, bilim insanı da kuramı parçalara ayırmayıp, bir bütün olarak gözden geçirmektedir. Kuramı, yalıtılmış varsayımlara ayırarak değil, bütünsel yaklaşımla bulabilmektedir. Bütüncü anlayış, bir kuramı yanlışlayacak can alıcı deneyin olanaksız olduğunu ileri sürmekte, dolayısıyla da kesin yanlışlamanın yöntimsel olarak olanaksız olduğunu ortaya koymaktadır (Güzel, 2014, s. 54).

Küreselleşmeyi hızlandıran gelişmelerin temel niteliği, dış dünyaya açılmayı ön plana çıkarmaktadır. Bu anlamda küreselleşme, yerel/ulusal unsurlar ile karşı kulvarlarda yer almaktadır. İlişki ve etkileşim biçimlerinin farklılaşmaya başlaması, serbest dolaşım sayesinde pazarların ulusal sınırların dışına çıkması gibi gelişmeler küreselleşmeyi karakterize etmektedir. Kültürel ve yönetsel bütünleşme, fikirlerin, pratiklerin küresel nitelik kazanması, küreselleşmeyi, salt ekonomik bir açılım olmanın çok ötesine taşımıştır. Dolayısıyla küreselleşme; ülkeler ve bölgeler arasında ekonomik, teknolojik, siyasal ve kültürel ilişkilerin artması, sınırları aşan faaliyetlerin yaygınlaşması, ulusal sınırların görece olarak zayıflaması, bunlara bağlı olarak da küresel bilinç düzeyini ön plan çıkaran bir niteliğe sahip bulunmaktadır.

Bugün küreselleşme ile ilgili tartışmalar, sanayi çağının toplumsal ilişkiler ve örgütlemelerin etkisiyle köklü bir biçimde değişime uğraması ve yerine yeni teknolojilerin etkisi altında yeni ilişkilerin, örgütlenmelerin, değerlerin, davranış kalıplarının gündeme gelmesiyle yoğunluk kazanmıştır. Bu bakımdan küreselleşme, sanayi devriminin ölümü veya sonu olarak değerlendirilebilmektedir (Dursun, 1998, s. 155). Küreselleşme ilk bakışta fevkalade demokratik, insana saygılı, hoşgörü, karşılıklı anlayış ve birbirine karışmama ilkelerine dayanan yaklaşım gibidir, ama sadece gibidir (Cangızbay, 2003).

Küreselleşmenin görünür yüzü açısından değerlendirildiğinde, günümüzde artık çevresine kapalı olan izole bir kapalı birey ya da toplum olarak yaşamak olası görünmemektedir. Gelişen teknoloji ve etki alanı artan ulusötesi örgütler, Adam Smith'in piyasa mekanizmasını denetlediğini öne sürdüğü "görünmeyen el" anlayışını tersine çevirerek "görünen el" anlayışını daha belirgin hale getirmiştir. Bu makalede de ele alındığı üzere, küreselleşme bağlamında "eğitim" konusu dikkatle üzerinde durulması gereken alan olarak gündeme gelmekte; bilinçli, bilgili, yaşanan sorunlar karşısında farkındalığa sahip, fikir üretmek çözüm sunabilen bireyler yetiştirme zorunluluğu ön plana çıkmaktadır. Zira küreselleşme tartışmalarından da bağımsız olarak, yüzyıllarca önce Sokrates tarafından "Sorgulanmayan hayat yaşanmaya değmez" anlayışı, sorgulamayı öğreten bir süreç olarak eğitimin, günümüzdeki önceliğini ifade etmesi bakımından, bir önceki cümlede açıklanan hususların önemini bir kez daha vurgulamaktadır.

Küreselleşmeye ilişkin olumlu ve olumsuz söylemler, söz konusu sürecin kaynaklık ettiği olumlu ve olumsuz etkiler bağlamında daha yakından ele alınabilmektedir. Zira her değişim ve dönüşümün olumlu etkileri olduğu gibi, olumsuz etkileri de bulunmaktadır (Balay, 2004, s. 63-64). Küreselleşme, eğitim yönüyle değerlendirildiğinde, gelişme ve ilerleme için eğitimin tabana yayılması gerektiği görüşünü pekiştirmesi bakımından olumlu bir niteliğe sahip bulunmaktadır.

Küreselleşme, olumlu ve olumsuz birçok etkiyi bir arada barındırmaktadır. Birey ve toplumların, bir yandan bu sürecin olumlu yönlerini pekiştirip yaygın hale getirirken, diğer yandan olumsuz etkilerini en aza indirerek en yüksek faydayı sağlamaya çalışmaları

gerekmektedir. Bu noktada, düzenleyici bir kurum olan eğitime çok iş düşmektedir. Eğitim, hâlihazırda devam etmekte olan küreselleşme sürecine, bireyleri yeniden eğiterek, eğitimin olumlu dışsallık etkisi aracılığıyla dolaylı yoldan toplumları da yeni koşullara uyumlu hale getirerek önemli katkılar sağlama potansiyeline sahip bulunmaktadır (Balay, 2004, s. 66).

Eğitim boyutuyla bakıldığında; bireyin küreselleşmesi, çağdaş bilgi ve beceriye sahip olması, kendi dışındaki insanlarla rekabet edebilecek bir niteliği ifade etmektedir. Ülke ve ülke dışındaki rakibi konumundaki binlerce kişiyle rekabet edebilmesi için bireyin şu özelliklere sahip olması gerekmektedir (Doğan, 1999):

- Çağa uygun bir eğitim görmüş olması,
- Geçerli bir meslek sahibi olması,
- Sorunun çözümünü araştırmada arayan bir karakter geliştirmesi,
- Toplumsal ilişkilerinde gerekli entelektüel ve duygusal derinliğe ulaşmış olması,
- Ana dili dışında geçerli bir dili iyi bilmesi.

Yukarıda sıralanan özelliklerin bireyde geliştirilebilmesi için gerekli öğretmen profili ve eğitim programları üzerine yapılan UNESCO'nun 45. Uluslararası Eğitim Kongresinde ayrıntılı bir şekilde incelendiği ve çağımızdaki hızlı değişikliklerin öğretmenlerin görevlerinde önemli değişikliklere ve gelişmelere yol açtığı, bu yeni değişikliklerin yansımalarının eğitim programlarında yer alması ve eğitim programlarının da bu yönde geliştirilmesi gerekliliği ön plana çıkmıştır.

Aktör Olan Eğitimciler Açısından Küreselleşmenin Yansımaları

“Küreselleşme çağı” olarak da anılan günümüz dünyası, isimlendirme çabalarından bağımsız olarak kendi çağına özgü yoğun ve hızlı bir değişim süreci yaşamaktadır. Bireysel düzlemde bakıldığında; çalışma yaşamında, yönetsel süreçlerde, bireyin kendisini ve çevresini algılayış biçiminde gerekli değişimleri yapılmaması durumunda içinde bulunduğu çağın gerisinde kalabileceği görüşü ileri sürülmektedir. Çağa uyum sağlayabilmeye dönük altyapının temelinde ise “eğitim” unsuru yer almaktadır.

Eğitimin küreselleşmesi denince genellikle eğitim yöntem, süreç ve yönetiminde gelişmiş ülkelerle entegrasyon gibi hususlar akla gelmektedir. Oysa eğitimde, söz konusu entegrasyon süreci, küreselleşmenin beraberinde getirdiği fırsat ve tehditlerin karşılanabilmesi için yeterli olamamaktadır. Eğitim, sadece küreselleşmeye uyum ya da entegre olunması kapsamında değil, aynı zamanda küreselleşmenin oluşturduğu sorunları aşmak ve fırsatlardan yararlanma durumları için de araçlar sunmaktadır. Eğitim, küreselleşmenin üstesinden gelebilen birey tipini yetiştirebilecek bir potansiyele sahip bulunmaktadır. Toplumların ve bireylerin, küreselleşmenin doğuracağı muhtemel sonuçlara karşı önlem alabilecek ve değişimlerden yarar sağlayabilecek yetilere sahip olmaları gerekmektedir. Bu nedenle, muhtemel gelişmeleri önceden öngörüp değişimlere ayak uydurmasını bilen proaktif bireylerin yetiştirilmesinin amaçlanması gerekmektedir. Böylesi bireyleri yetiştirecek olan ise eğitim sistemi içinde yer alan kişi kurumlarıdır. Kurumlara işlerlik kazandıran da insan unsuru olduğuna göre, eğitim

kurumunun işlerlik kazanmasındaki başat faktör olan eğitimcinin rolü kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Küreselleşmenin eğitim sistemlerinde büyük değişmelere yol açtığı ve açacağı kuşku götürmez bir gerçeklik olarak kabul edilmektedir. Ancak, bu değişmelerden hiç biri, ülkeleri ve toplumları geliştirmiş, daha küreselleşmiş ülkelere entegre etmek ve o ülkelerin güdümüne sokmak için yeterli gerekçeler oluşturmamaktadır (Akçay, 2004).

Eğitim; bireyde kişiliğin gelişmesine yardım edecek; onun gelecekteki yaşantısında başarılı, mutlu, milleti, vatani ve devleti ve insanlık için yararlı bir birey olmasını sağlayacak, bilgi, beceri ve davranışları kazandırma süreci (Erden, 1998, s. 11) olarak tanımlanmaktadır. Eğitim, tarihin her döneminde olduğu gibi günümüzde de öncelikli konumunu sürdürmektedir. Özellikle cumhuriyetin ilk yıllarında, içinde bulunulan olumsuz koşullardan kurtarabilme çaresinin eğitimde ve öğretimde olduğu görüşü belirginlik kazanmıştır.

Atatürk, eğitimin önemini ve hakiki kurtuluşun eğitimle gerçekleşebileceğini görmüş ve bunu değişik tarihlerde yaptığı konuşmalarda belirtmiştir. Atatürk'ün eğitimimizin durumuna ilişkin çeşitli gözlem ve teşhislerde bulunmuştur. Bunlardan başlıcaları aşağıdaki maddeler altında toplanmıştır (Akyüz, 1981, s. 9-15):

1. Toplumumuzda yaygın bir bilgisizlik vardır.
2. Eğitim-öğretim yöntemlerimiz uygun değildir.
3. İstikrarlı eğitim politikamız yoktur.
4. Eğitimimizin amacı, kendini, hayatı bilmeyen her konuda yüzeysel bilgi sahibi, tüketici insan yetiştirmek olmuştur.

Atatürk, eğitime verdiği önceliği değişik zamanlarda dile getirmiştir. Bunlardan biri de 22.9.1924 günü Samsun'da öğretmenlere hitaben yaptığı konuşmasında "En önemli, en temelli nokta eğitim sorunudur. Eğitimidir ki, bir milleti ya hür, bağımsız, şanlı ve yüksek bir toplum olarak yaşatır veya milleti köleliğe ve yoksulluğa terk eder" demektedir (Erden, 1998, s. 119).

Atatürk, 27 Ekim 1922 tarihinde Bursa'da öğretmenlere yaptığı konuşmada; milleti millet yapan, ilerleten ve yükselten kuvvetler bulunduğunu, bunların fikir ve sosyal kuvvetler olduğunu; Milletimizin fikri terbiyesinde de rehberimizin, bilim ve fen olacağını; Eğitim işlerinde mutlaka başarılı olabilmek için, programların milletimizin sosyal hayatının ihtiyacına ve çağımızın gereklerine uygun olarak hazırlanması gerektiğini ifade etmiştir (Özalp ve Ataunal, 1981, s. 105-109). 1 Mart 1922'de Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin açış konuşmasında eğitim konusunda şu hususları vurgulamıştır: "Hükümetin en verimli ve önemli görevi eğitim hizmetleridir. Bu görevi başarabilmek için eğitim programlarının, milletimizin bugünkü durumu ile sosyal ve ekonomik ihtiyacı ile çevrenin şartları ve asrın gereği ile tamamen orantılı ve uygun olması lazımdır. (...) Milletimizin yaratma gücünün geliştirilmesi ve bu sayede layık olduğu medeniyet düzeyine yükseltilmesi şüphesiz yüksek meslek erbabını yetiştirmekle ve milli harsımızı yüceltmekle mümkün olacaktır". Atatürk, eğitim konusu ile ilgili olarak ayrıca şu konulara değinmiştir (Akyüz, 1981):

1. Gelecek kuşaklar Türkiye'nin bağımsızlığını koruyacak Cumhuriyeti koruyup yükseltecek biçimde yetiştirilmelidir.
2. Eğitim Milli olmalıdır.

3. Eğitim bilime dayanmalı ve laik olmalıdır.
4. Eğitim işe yarar, üretici ve hayatta başarılı olacak insanlar yetiştirmelidir.
5. Eğitim çocuca hürriyet vererek, yeni nesillerde fazilet, fedakârlık, düzen, disiplin, kendine ve milletimizin geleceğine güven duygularını geliştirmelidir.
6. Eğitim toplumu cehaletten kurtarmalı, onun bilgi ve ahlak düzeyini yükseltmeli, kabiliyetini ortaya çıkarıp geliştirmelidir.

Yukarıdaki aktarmalardan da anlaşılacağı üzere Atatürk, eğitimin amaçlarını ortaya koyarken ne kadar ileri görüşlü olduğu, içinde yaşamakta olduğumuz “Bilgi Toplumu”nun gereklerine uygun bir amaç tespitini o tarihlerde yapmasından anlaşılabilir. Günümüzde bu amaçlar doğrultusunda eğitim yapılmakta mıdır? Günümüzde eğitimin amacı nasıl bir durum almıştır? sorularına sınırlı ölçüde de yanıt bulabilmek için PISA (Programme for International Student Assessment) sonuçlarını irdelemek ve Türkiye’nin, OECD ülkeleri içindeki sıralamasını yükseltmeye dönük tedbirlerin alınması gerekmektedir.

Bilgi teknolojileri alanında kaydedilen hızlı ve kapsamlı gelişmeler; eğitim süreçlerinin yapı ve içeriğini değiştirmekte, bu nedenle de öğrenme-öğretme faaliyetleri üzerinde doğrudan bir etkiye sahip bulunmaktadır. Bilgi teknolojilerinin aktif ve yoğun bir biçimde uygulanmaya başlamış olması nedeniyle eğitimciler, “küresel eğitime” doğru gidişin kaçınılmaz olduğu görüşünü öne sürerek küresel eğitim uygulamalarının başlatılması gerekliliği üzerinde ısrarla durmaktadırlar (İşman, 1998).

Geçmiş yıllarda almış olduğu eğitim bakımından ihtiyaç duyulan birey profili günümüzden oldukça farklıydı. Günümüzde güncel gelişmeleri benimseyerek uygulamaya geçirebilecek, algıları yeniliklere açık olacak, sağlıklı kişisel yorum ve değerlendirmeler yapabilecek nitelikte bireylere ihtiyaç duyulmaktadır. Sistem anlamında eğitimden beklenen; birey olarak, vatandaş olarak, bilgi ve beceri donanım bakımından yüksek standartlarda insanların yetiştirilmesi olmaktadır. Kamu ya da özel ayrımı olmaksızın bütün örgütlerin başarısı, kaçınılmaz olarak çalışanlarının yetkinlikleriyle değerlendirilebilmektedir. Toplumsal gereksinimleri karşılama amacıyla kurulmuş bulunan bütün kurumsal yapılar, nitelikli insan kaynağını, eğitim sayesinde geliştirmeyi amaçlamaktadırlar.

Eğitim, küreselleşmenin öngördüğü süreçler için ihtiyaç duyulan değer, inanç, tutum ve bilgileri kazandırma işlevlerini üstlenebilme özelliğine sahip olması açısından önem taşımaktadır. Dolayısıyla eğitim faaliyetleri, temel amaçların yanı sıra özellikle son yıllarda biçimlenen yeni dünya düzeninde yaşayacak bireyler için gerek duyulan değer ve bilgileri kazandırabilecek yeni amaçların da eklenmesi gerekliliği gündeme gelmiştir (Erdoğan, 1998, s. 28-29).

Eğitim programı, bireyde beklenen yönde davranış değişikliğini oluşturmak amacıyla yapılacak etkinlikleri gösteren planlardır. Programlarda; eğitimin amaçları, içeriği, öğretim etkinlikleri ve değerlendirme durumları gibi hususlar yer almaktadır. Dolayısıyla eğitimin, yukarıdaki anlatımlarda ifade edilen yeni gelişme ve değişimler doğrultusunda düzenlenmesi,

programlar bu beklentiler doğrultusunda sürekli gözden geçirilmesi, değerlendirme ve geliştirme çalışmaları aracılığıyla da güncelliğinin sağlanması gerekmektedir.

Küreselleşme Sürecinde Eğitim ve Öğretmen

On dokuzuncu yüzyıl düşünürlerinden Schopenhauer (2017, s. 7), eğitim konusunda şu görüşleri ileri sürmektedir: Halk arasında yaygın olan “oku adam ol!” deyişinin de gösterdiği gibi “adam olma”nın yolunun kuşkuya yer bırakmayacak derecede okumaktan geçtiğine inanılmaktadır. “Adam olmak”, “vezir olmuşsun ama adam olamamışsın!” serzenişiyle sona eren halk hikâyesinde de yankılandığı üzere mal, mülk, makam, mevki sahibi olmakla gerçekleşmeyen bir şey olarak algılanmaktadır.

Eğitim, içinde yer aldığı toplumun yapı ve ihtiyaçları bağlamında bireyin, ilgi alanı ve yeteneklerini biçimlendirmektedir. Ulusal eğitim politikaları ise dünyadaki diğer sistemlerin de beklentilerini dikkate alarak uyumlu adımlar atabilmektedir. Dolayısıyla ulus devletlerin, rekabet anlamındaki mücadelelerini, benimsedikleri politikalara uygun olan geliştirici adımlar atmaları gerekmektedir.

Küresel şartlar altında, eğitim sürecindeki değişimde aşağıdaki hususların göz önünde bulundurulacağı öngörülmektedir (Özden, 2002, s. 17):

- Bilgiyi temel alan eğitim programları izlenecektir.
- Eğitim alan bireylere daha fazla düşünme, tartışma ve araştırma ortamı hazırlanacak; bu sayede serbest düşünen, tartışan, araştıran ve bulduklarını değerlendirebilen bir toplum yapısı oluşturulacaktır.
- Yetişkinler eğitim süreci dışında bırakılmayacak, eğitim ve teknolojiye uyumları konusunda sürekli olarak eğitimi olmaları teşvik edilecektir.
- Dersler ansiklopedik bilgileri yüklemek yerine, konuları ve olayları derinliğine anlamayı ve eleştirel düşünmeyi esas alacaktır.
- Okullar, öğrencileri salt “bilgi/enformasyon” ile yüklemek yerine, bilgilerin yaşam boyu yetmeyeceği görüşünden hareketle öğrenmeyi öğrenmeye geçilecektir.
- Eğitimde sadece sözel ve sayısal zekâyı geliştirmek yerine; görsel, kinestetik, ritmik ve benlik gelişimini de içine alan çok yönlü zihin gelişimi hedeflenecektir.

Toplumların var olma mücadelelerinin başında öğretmenler yer almaktadır. Cumhuriyetin ilk dönemlerinde yeni bir neslin oluşturulmasında öğretmenlerin önder konumunda olduğu, bilinen bir gerçekliktir. Küreselleşen bir dünyada yine benzer şekilde öğretmenlere düşen görev toplumu değişen sisteme hazırlamaktır. Değişen bu yaklaşımda artık öğretmenin sınıfının tek egemen gücü olmadığı, dolayısıyla da öğretmenlerin bildiği şeylerin tam ve tek bir doğruyu temsil etmediği, değerlendirmenin yalnızca sınavlardan ibaret olarak görülemeyeceği bir anlayışının kabul edilmeye başladığı düşünülmektedir (Hergüner, 1998, s. 288).

Değişen toplumda belirli bir formasyonla ömür boyu yetinmek artık çok güçleşmiştir. Okumayan ve alanındaki bilimsel gelişmeleri yakından takip etmeyen, kendini yeni bilgi ve becerilerle donatmayan öğretmenin, eğitim süreçlerinin işlevlerinin yerine getirilmemesinde öncelikli bir payı bulunmaktadır. Bu belirgin pay, eğitimin işlevlerine dönük olumsuzlukların bizzat okul içinden gelebileceğini ortaya koymaktadır (Doğan, 1999, s. 55).

Okulun, öğretim görevlerinin gerçekleştirilmesinde öğretim işini yürütenler, öğretmenlerdir. Öğretmen, öğretim programını uygulayarak öğrencide davranış değişimini gerçekleştirir beklenen kişidir. Nitekim sınıf içi öğretim; ders programı, öğretmen ve öğrenci bileşenleri üzerine kurulmuş bulunmaktadır. Bu üç bileşen, eğitimin temel taşlarını oluşturmaktadır. Okuldaki öğrenmeler, öğretmenin kılavuzluğunda gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla program ile öğrencinin etkileşimi, öğretmen üzerinden sağlanmaktadır. Bu nedenle, değişen koşullar karşısında nasıl bir öğretmen tipinin (kimliğinin) ortaya çıkması gerektiği, hangi beceri ve değerlerle donanmış olmaları gerektiği gibi hususlar, eğitim alanındaki ana tartışma konularını teşkil etmektedir.

Küreselleşme sürecinde öğretmenlerin, birey yetiştirmede yetkin donanımlarla yüklü olmaları gerekmektedir. Öğretmenlerden, değişik kültürlere sahip bulunan ve özellikle sosyal yönden yeterince gelişmemiş öğrencilerin de öğrenmelerini gerçekleştirebilmeleri beklenmektedir. Değişik sosyal ve kültürel çevrelerden gelen öğrencilerin yaşamlarına duyarlılık gösteren, yaşam boyu eğitim anlayışına inanan öğretmen profiline olan ihtiyaç, özellikle küresel koşullar altında daha belirgin bir nitelik haline gelmiş bulunmaktadır. İşbirliği ve grupla çalışmaya yatkın ve öğrenmeyi derin kişisel bir etkinlik olarak gören bireylerin yetiştirilmesi de ancak bu sayede sağlanabilmektedir (Yurdabakan, 2002, s. 62).

Hergüner (1998, s. 289)'e göre; bu süreçte eğitimcilerin (öğretmenlerin) şu beceriler ve değerleri edinmesi gerekmektedir:

- Bilişim sistemlerini ve internet gibi bilgi ağlarını etkinlikle kullanabilen,
- Girişimci yönünü geliştirebilen,
- Değerlendirme süreçlerine ilişkin uygun yaklaşımlar geliştiren,
- Değerlendirmenin öğrenme amaçları ile eşlenmesini sağlayan,
- Öğrenci ve aileden gelen dönütleri değerlendiren,
- Öğrenci ve öğrenme farklılıklarını kabul eden,
- Ekip çalışmasını gerekli kılan faaliyetleri etkinlikle yürütebilen,
- Öğretmenlerin (varsa) hizmet içi eğitim anlayışlarını geliştiren/iyileştiren,
- Eğitim bütünü bir parçası olarak çalıştığı bilincini taşıyan,
- Birden çok dersi aynı zaman dilimi içinde verebilen,
- Gelecekle ilgili yeni değerler dizisi ve yöntemlere aşina olan,
- Gelecek ile ilgili oluşturulmuş öneri ve çözümlerin okullarda ne şekilde işletilebileceği konusunda ehil bireyler olabilmelidir.

Öğretmenlerin sahip olmaları gereken yeni kimlik özellikleri ise şu şekilde sıralanmaktadır (Cafoglu, 1998, s. 842): İletişim becerileri, dönüşümü liderlik özellikleri, takım içinde çalışabilme, sorunları analiz ederek çözüme kavuşturma, karar verme yetkinliğini geliştirme, yeni fırsatlar oluşturma ve başarıyla sürdürebilme, risk alabilme, elastikiyet kabiliyetine sahip olma, bilişim sistemlerine aşina olma ve etkinlikle kullanabilme.

Bütünsel olarak bakıldığında okulun başarısı, temelinde öğretmenlerin başarısına, gösterdiği performansa bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, dünya genelinde içinde bulunulan küreselleşme sürecinde öğretmen nitelikleri, özgün bir konum kazanmakta ve öne çıkmaktadır.

Öğretmen, mutlak bilgiye sahip otoriter bir karakter değil; rehberlik eden, yol gösteren, öğrencilerle ve meslek arkadaşlarıyla işbirliği içinde çalışabilen kişi olma gibi nitelikler bakımından ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla söz konusu küresel şartlar altında öğretmenin görevinin, öğrenme ortamları oluşturmak, öğrencilerin yaşayacağı sorunları çözmeye yardımcı olmak, yeni eğitim teknolojilerini ve bunları eğitim-öğretim ortamına getirmek olduğu gerçeğinin gözden kaçırılmaması gerekmektedir.

Tartışma ve Sonuç

“Asıl varlık” konusuna yönelik akıl yürütme olarak felsefe, filozofların ilki kabul edilen Thales’ten günümüze kadar süregelmektedir. Thales, ezeli başlangıç (arkhe) arayışı olarak bilinen “asıl varlığın ne olduğu” sorununa maddi bir ilke olan “su” ile yanıt aramıştır. Anaksimandros, bu görüşü geliştirerek bütün canlıların sudan geldiği görüşünü ileri sürmüştür. Daha sonraki filozoflar, başlıca tartışma haline gelen varlık-oluş karşıtlığındaki saflarını tutmuşlardır. Bu görüşlerin bir tarafında Parmenides (Bkz. 2017, s. 27), diğer tarafında ise Herakleitos (Bkz. Rifat, 2012, s. 37) yer almıştır. Parmenides, “varlık” kanadının savunuculuğunu üstlenmiş, Herakleitos ise “oluş” kanadının savunuculuğuna girişmiştir. Parmenides’in maddeyi açıklamaya yönelik monist yaklaşımına, Herakleitos’un da değişim doğasına ilişkin görüşlerine kendi bakış açılarını katarak geliştiren pek çok düşünür bu tartışmayı sürdürmüşlerdir.

Aynı konu üzerinde karşıt görüşlerin öne sürülebileceği hususu, yüzyıllar öncesinden itibaren bilinegelmektedir. Parmenides ve Herakleitos ile yaklaşık aynı dönemlerde yaşamış olan Aisopos (Ezop), kaleme aldığı masallarının sonunda çoğunlukla bir ana fikir ifade etmiştir.

Çiftçiyle Köpekler

Bir kömürücü, çalıştığı yerin önünden geçen çamaşırcı görünce ona seslenmiş ve birlikte ev kiralayıp masrafları paylaşmalarını teklif etmiş. Çamaşırcı hiç düşünmeden, “Bu imkânsız bir şey çünkü sen benim temizlediklerimi kirletirsin” diye cevap vermiş.

Masal, karşıtların bir arada olamayacağını vurgulamaktadır (Aisopos, 2017: 28).

Yukarıdaki anlatımlar, Sokrates öncesi (Pre-Sokratik) düşünürlerden itibaren süregelen bir tartışma geleneği olarak evrensel ak-kara tartışmasının, karşıt görüşlerin bir arada barınamayacağı olumsuz bir düalist (ikici) anlayışı ifade ettiğini düşündürmektedir. Oysa düşünsel mecralar için ifade edilen “Her şey zıddı ile kaimdir” görüşü, her alanda olduğu gibi aktör-yapı tartışmasının yapıldığı bu makale için de geçerliliğe sahip bulunmaktadır. Dolayısıyla bu makalede, karşıt tarafların, birbirlerinin varoluşsal dayanaklarını ortadan kaldırmaya çalıştıkları düalist bir anlayış yerine, karşıtlıklara rağmen bir arada bulunabilmeyi ifade eden dikotomik (ikileşime dayalı) bir anlayış benimsenmiştir. Bu anlayış konusunda Giddens’in (1984) “yapılanma” örneği, dengeli bir açıklama getirmektedir. Giddens, yapılanma konusunu konuşma örneğiyle izah etmektedir. Bu çarpıcı örnekte konuşma bir eylem, dil ise yapıdır. Konuşma eyleminin ortaya çıkabilmesi için hem dile hem de konuşacak bir özneye, bir diğer deyişle “aktör” olan bireye gereksinim duyulmaktadır (Taşcı, 2013: 14). Dil örneği üzerinden yapılan bu anlatımlardan da çıkarsama yapılabileceği üzere, “aktör” olan birey,

“yapı” olan toplum üzerinden hem gerçekliği inşa etmekte hem de bu gerçekliğin etkilerinin dışında kalamamaktadır.

Özellikle son yıllarda dünyada önemli gelişmeler ve değişimler her alanda etkisini göstermiş, yeni dönüşümlere kaynaklık etmiştir. Bu değişim, toplumların ekonomik, sosyal, yönetsel ve diğer alanlarında etkisini göstermiş, daha önceki yıllara kıyasla hızlı bir değişim süreci olarak belirginlik kazanmıştır. Gelişmiş ülkelerde endüstri, gerek üretim gerekse istihdam alanında eski önemini yitirmiş, bunun yerine iletişim ve bilgi çok daha öne çıkarak yeni bir güç çarpanı konumuna gelmiştir.

Başlangıçta ekonomik içerikli bir kavram olarak ortaya çıkan küreselleşme; sermayenin dünya üzerindeki dolaşımının, tek tek ülkeleri değil, küresel dünya genelinde kendini belirgin ölçülerde hissettirecek bir düzeye gelmiş bulunmaktadır. Gelişmiş ülkelerin sanayi bakımından genişlemesi ve kitle iletişim araçlarının gelişip, yaygınlaşması ile dünya toplumlarının ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel açılarından entegrasyonu gerçekleşmektedir. Bu değişimlere bağlı olarak yeni bir insan tipinin ortaya çıkması da kaçınılmaz bir gerçekliği gün yüzüne çıkarmaktadır. Küreselleşmenin dikte ettirdiği yeni dudum ve değerleri göz önünde bulundurabilecek donanımlara sahip bireyler ise ancak eğitim aracılığıyla yetiştirilerek topluma kazandırılabilir.

Küreselleşen dünyada bilginin gerçek sermaye ve zenginlik sağlayan başlıca kaynak haline gelmesi, iletişim ve bilgi ağının ulaştığı düzey, yeni bir değişimin eşliğinde bulunulduğuna işaret etmektedir. Bu değişim, bireye birden fazla alanda bilgili ve ilgili olmayı zorunlu kılmaktadır. Bu eşikten sağlıklı ve sağlam olarak geçebilmek için en başta doğru; çağa ve geleceğe uygun bir eğitim anlayışı ve sistemini oluşturma zorunluluğu kendini hissettirmektedir.

Son yıllarda ulaşılan olanaklar, eğitimi, belli yaş, belli mekân ve belli zamanlarda gerçekleştiren bir olgu olmaktan çıkararak ona süreklilik kazandırmıştır. Her yaşta, her yerde, her zaman eğitim ve öğrenme ihtiyacı doğmuş, esas olarak “öğrenmeyi öğrenme” önem kazanmıştır. Bu yeni durum ise eğitimde değişimin gerçekleştirilmesi ve bu yapılırken de tüm toplum katmanlarını yani eğitim girdi ve çıktılarını ilgilendiren, her kesimin dikkate alınması gerekliliğini gündeme getirmiştir.

Küreselleşmenin öngördüğü gelişmeler doğrultusunda öğretmen, öğrenci ve idareci davranışları ile uygulanan programların da kendini yenileyerek içinde bulunulan döneme ve gelecek ihtiyaçlarına uyumlu hale getirilmesi gerekliliği gündeme gelmektedir. Zira gereksinim duyulan niteliklere sahip geleceğin bireylerini yetiştirmek, eğitimin etki ve ilgi alanına girmektedir. Bu süreçte öğretmenin devamlı kendini yenilemesi, alanındaki yenilikleri, gelişmeleri takip etmesi, yeni teknolojilerden yararlanabilmesi, bilgisayar, internet gibi bilgi teknolojilerini kullanır hale gelmesi gerekmektedir. Öğretmenin görevinin bilgi kaynaklarına ulaşma, yol ve yöntemlerini gösteren, araştırmacı, sorgulayıcı, eleştireci öğrencilerin yetişmeleri için uygun ortamlar sağlamak olduğu görülmektedir.

Dünya toplumlarında yaşanmakta olan hızlı ve köklü değişimler, bu değişimin toplumlarda ortaya çıkardığı yeni değer, bütün ulus devletler için ortak bir gerçeklik olarak dikkat çekmektedir. Küreselleşen dünya toplumlarında yaşanan değişimleri, ülke ve kurumların doğru

bir biçimde algılamaları, doğru değerlendirmeleri ve doğru tepkiler vermeleri zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Aksi takdirde gelecek yönelimli bir eğitimci ve eğitilen bireylerin yetişmesi olanağının ortadan kalkması tehlikesi gündeme gelmesi söz konusu olabilmektedir.

Kaynakça

- Aisopos, (2017). *Masallar -Bütün Ezop Masalları-*. (İo Çokona Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Akyüz, Y. (1981). Atatürk Öğretmenlere Dedi ki..." *Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1-2
- Aristoteles, (2008). *Politika*. (Mete Tunçay Çev.) İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Balay, R. (2004). Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(2). 61-82.
- Ball, Stephen J., Dworkin, Anthony Gary, Vryonides Marios (2010). Globalization and Education: Introduction. *Current Sociology*, 58(4), 523–529.
- Bedük, A. (2012). *Karşılaştırmalı İşletme-Yönetim Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Cafoğlu, Z. (1998). Eğitimde Küresel Kimlik. *Yeni Türkiye Dergisi (21. Yüzyıl Özel Sayısı I)*, 4(19).
- Cangızbay, K. (2003). *Globalleş(tir)me Terörü*. Ankara: Odak Yayınevi.
- Comte, A. (2001). *Pozitif Felsefe Kursları*. (Erkan Ataçay Çev.) İstanbul: Sosyal Yayınlar.
- Corcuff, P. (2016). *Bireyciliğin Meselesi*. (Azizi Ufuk Kılıç Çev.) Ankara: Heretik Yayınları.
- Çakmak, M. N., İşlek M. S. ve Keskin U., (2017). Türk Futbol Kültürünün Küreselleşme Kavram ve Süreçleri Bağlamında Değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(33), 125-133.
- Çınar, İ. (2009). Küreselleşme, Eğitim ve Gelecek. *Kuramsal Eğitimbilim*, 2 (1), 14-30.
- Doğan, İ. (1999). Küresel Değerler ve Eğitim: Türkiye Örneği. *21. Yüzyılın Eşiğinde Türk Eğitim Sistemi Ulusal Sempozyumu*, Ankara: 25–27 Kasım.
- Drucker, P.F. (2000). *21. Yüzyıl İçin Yönetim Tartışmaları*. (İrfan Bahçivangil ve Gülenay Gorbon Çev.) İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Dursun, D. (1998). Küreselleşme ve Toplumun İnşasında Bilginin Artan Önemi. *Yeni Türkiye Dergisi (21. Yüzyıl Özel Sayısı I)*, 4(19).
- Epiküros, (2019). *Özdeyişler Mektuplar ve Aforizmalar*. (Genim Renas Çev.) İstanbul: Arya Yayıncılık.
- Erden, M. (1998). *Öğretmenlik Mesleğine Giriş*. İstanbul: Alkım Yayınevi.
- Erdoğan, İ. (1998). *Çağdaş Eğitim Sistemleri*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Fay, B. (2000). *Çağdaş Sosyal Bilimler Felsefesi Çokkültürlü Bir Yaklaşım*. (İsmail Türkmen Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Genç, N. ve Demirdöğen O. (2000). *Yönetim El Kitabı*. İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society*. Berkeley: University of California Press.

- Güzel, C. (2014). *Bilim Felsefesi*. Ankara: BilgeSu Yayıncılık.
- Hergüner, G. (1998). 21. Yüzyılda Eğitimcilerin Eğitimi ve Okul Düzeni. *Eğitim Yönetimi Dergisi*, 4(15).
- İşman, A. (1998). Bilgi Çağında Eğitim. *Yeni Türkiye Dergisi (21. Yüzyıl Özel Sayısı I)*, 4(19).
- Karaman, K. (2010). Küreselleşme ve Eğitim. *Zeitschrift für die Welt der Türken / Journal of World of Turks [ZfWT]*, 2, 131-144.
- Kaya, Ç. (2002). *Uygarlığın Koridorlarından Çağdaş Yönetime*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Keskin, U. (2012). *Yönetim Felsefesi*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Lukes, S. (2006). *Bireycilik*. (İsmail Serin Çev.) Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Öke, M.K. (2001). *Küresel Toplum*. Ankara: ASAM Yayınları.
- Özden, Y. (2002). *Eğitimde Dönüşüm Yeni Değer ve Oluşumlar*. Ankara: Pagem Yayıncılık.
- Parmenides, (2017). *Doğa Hakkında (Şiir)*. (Gurur Sev Çev.) İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Platon, (2013). *Hipparkhos-Kleitophon-Rakipler*. (Furkan Akderin Çev.) İstanbul: Say Yayınları.
- Rifat, S. (2012). *Herakleitos Bir Kapalı Söz Ustasıyla Buluşma Denemesi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Rizvi F. ve Lingard, B., (2000). Globalization and Education: Complexities and Contingencies. *Educational Theory*, 50(4).
- Schopenhauer, A. (2017). *Okumak Yazmak ve Yaşamak Üzerine*. (Ahmet Aydoğan Çev.) İstanbul: Şule Yayınları.
- Serter, N. (1997). *21. Yüzyıla Doğru İnsan Merkezli Eğitim*. İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Singh, P. (2004). Globalization and Education. *Educational Theory*, 54(1).
- Spring, J. (2008). Research on Globalization and Education. *Review of Educational Research*, 78(2), 330–363.
- Taçcı, D. (2013). “Örgüt Kuramların Giriş”, Örgüt Kuramı, (Ed. Deniz Taşcı ve Erkan Erdemir), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Ankara, ss. 2-29.
- Toffler, A. (1997). *Dünyayı Nasıl Bir Gelecek Bekliyor?*. (Murat Çiftkaya Çev.) İstanbul: İz Yayıncılık.
- Voltaire, (2018). *Candide ya da İyimserlik ve Micromegas (Felsefi Öykü)*. (S. İpek Ortaer Montanari Çev.) İstanbul: İthaki Yayınları.
- Yıldız, N. (2008). Neoliberal Küreselleşme ve Eğitim. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11, 13-32.
- Yılmaz, K. ve Horzum, M. B. (2005). Küreselleşme, Bilgi Teknolojileri ve Üniversite. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(10), 103-121.
- Yurdabakan, İ. (2002). “Küreselleşme Konusundaki Yaklaşımlar ve Eğitim.” Eğitim Araştırmaları, Sayı: 6, ss. 61-66.

Antrenörlerin Davranış Özellikleri, İlke ve Çalışma Yöntemleri
Behavioral Characteristics, Principles and Working Methods of Coaches

*Murat TERLEMEZ**

Başvuru Tarihi: 25.07.2019
Kabul Tarihi: 25.10.2019

Özet

Antrenörlerin stilleri, davranışları ve özellikleri takım içinde derinlemesine ele alındığında, tüm bu konuların ne kadar önemli olduğu görülmektedir. Başarı için kurumsal bilgileri ile deneyimlerini aktaran antrenör, bir yandan da sporcuları anlamalı, yeteneklerine göre onları yönlendirmelidir. Sporcularını hedeflere hazırlayan, liderlik yapan antrenör; spor bilgisi ve örnek tavrı ile başarıya odaklanmalıdır. Ayrıca sporcularını aidiyet duygusunu aşılmalı, birlik ve beraberlik ile dürüstlük ilkesini elden bırakmadan çalışmalarını sürdürmelidir. Çalışmamda, antrenörlerin özellikleri, davranışları ve grubu yönetme noktasındaki becerileri incelemeye konu olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Spor, Antrenör, Davranış

Abstract

When the styles, behaviors and characteristics of the coaches are examined in depth within the team, it is seen how important these issues are. In order to be successful, the trainer transfers his / her corporate knowledge and experiences and must understand the athletes and guide them according to their abilities. The coach who prepares his athletes for goals and makes leadership; sports knowledge and sample attitude should focus on success. In addition, the athletes must instill a sense of belonging, unity and solidarity with the principle of honesty should continue to work without giving up. In my study, the characteristics of the coaches, behaviors and skills in managing the group have been the subject of examination.

Keywords: Sport, Trainer, Behavior

* İstanbul Okan Üniversitesi Spor Yönetim Bilimleri Anabilim Dalı, muratterlmez@gmail.com, ORCID: 0000-0001-2121-8888

Giriş

Antrenörlük

Bir sporcu ya da bir takımın sporcuları ne kadar yetenekli ve çalışkan olursa olsun, bunlar uygun biçimde yönlendirilmez, teknik ve taktik yönlerden geliştirilmezse, başarıya ulaşamaz. Başarı için tüm sporcular bir antrenöre gereksinime duyar. Antrenör, kuramsal bilgileriyle deneyimlerini birleştirerek sporcuları yeteneklerine uygun biçimde yönlendiren, çalıştıran, yarışmalara hazırlayan, liderlik yapan bir spor insanıdır (Doğan, 2004).

Bir antrenörün görevi yalnızca çalıştırmak ya da sporun nasıl yapıldığını göstermekten ibaret değildir. O spor bilimcilerinden, spor hekimlerinden ve spor psikologlarından aldığı bilgileri, yorumlayıp kendi deneyimleri ile karşılaştırdıktan sonra sporcuya aktarır. Çünkü bilim adamlarının verileri, kuramsal bilgiler olup, pratik uygulamaya uygun değildirler. Bu verilerin, sporcuların kişilik ve sportif özelliklerine göre, bazı değişikliklere uğraması gerekir (Başer, 1986).

Performans sporunda temel amaç olan başarının kazanılabilmesi için gerekli olan en önemli koşul, sağlıklı bir antrenör-sporcu ilişkisinin sağlanmasıdır. Antrenörün temel çalışma alanı sporcu ya da takımdır. Bu ilişkiler genel anlamda bir kişiyle ya da bir grupla ilişki olarak görülebilir. Herhangi bir insan ilişkisinden farkları ise amacının, işleyişinin ve yapısının daha belirli olmasıdır (Çeyiz, 2007).

Antrenörün sporcu ya da takımla ilişkisinin amaca uygun biçimde yürütülmesinde hem kendisinin çeşitli özellikleri, hem de sporcu ya da takımın özellikleri önem taşır. Antrenör-sporcu ilişkisinin sağlıklı olarak yürütülmesinde ve başarıyla sonuçlandırılmasında antrenörle ilgili iki ana etken vardır. Bunlar antrenörün özellikleri ve antrenörün çalışma yöntemidir (Doğan, 2004).

Antrenörün Özellikleri

İdeal bir antrenörün özellikleri aşağıdaki gibi özetlenebilir;

Spor Bilgisi: Sporcu antrenörünün bilgisinden emin olmalıdır. Mesleki alanda karşılaşılabileceği her türlü güçlüğü antrenörünün yenebileceğine inanabilmelidir (Başer, 1986).

Bir antrenör genel spor bilgisine sahip olmasının yanı sıra, kendi alanıyla ilgili olarak üst düzeyde bilgiye sahip olmalı ve bunları özümsemelidir. Spor alanındaki yeni bilgileri de öğrenmeli, bunları uygulamasına yansıtmalıdır. Bu özellikler sporcuların antrenöre güven duymalarını sağlar (Doğan, 2004).

Yeniliklere ve gelişmeye açık olma: Antrenörün gerek dünya görüşü, gerekse spor kültürü yeni bilgilere açık olmalıdır (Başer, 1986).

Bir antrenörün sürekli gelişen spor alanındaki yeni bilgilere ulaşma, öğrenme ve uygulama konusunda istekli olması gerekir. Bu amaçla kongre, sempozyum, internet, kitap, dergi gibi araçlarla yeniliklere ulaşmalıdır (Çeyiz, 2007).

Kişilik özellikleri: Antrenörün sporcular ve diğer insanlarla iyi ilişkiler kurabilmesi için olumlu kişilik özelliklerine sahip olması beklenir. Bunlar arasında tutarlılık, sorumluluk alma, esneklik (yerine göre yumuşak, yerine göre kesin tutumda olabilmesi), olumlu yönleri destekleme, demokratik ve adil davranma, eleştiriye açık olma, empati yapabilme, olgunluk, alçakgönüllülük, özeleştirme yapabilme, liderlik özelliklerinin olması sayılabilir. Ayrıca kulüp yöneticilerinden, taraftarlardan medyadan gelebilecek baskılara karşı koyabilmelidir (Çeyiz, 2007).

İlgi alanının geniş olması: Bir antrenör bir insan olarak yeterli genel kültüre sahip olmalıdır. Mesleğinin gereği olarak spor kuramlarıyla ve araştırmacılarıyla, yöneticilerle, spor hekimiyle, spor psikoloğuyla işbirliği yapmak zorunda olduğundan bu alanlarda da bilgi sahibi olması beklenir (Çeyiz, 2007).

Örnek olma: Antrenör gerek spor yaşamında, gerekse spor dışındaki yaşamında sporculara iyi bir örnek oluşturmalıdır (Doğan, 2004).

Antrenör, sporcularından istediklerini kendisi de yapabilmelidir. Örneğin, sporcularına içki içmeyi yasak eden bir antrenör, sporcularının yanında içki itmemelidir.

Dürüstlük: Antrenör, kendisine ve sporcularına karşı dürüst olmak zorundadır. Sporcularının hatalarını ve kendi hatalarını aynı dürüstlikle ortaya koyabilmeli, sporcularına, gerekli performansı sağladıkları takdirde, haklarını elde edecekleri güvencesini, sözle değil, davranışları ile vermelidir (Başer, 1986).

İlgili olma: Antrenör mesleğiyle ve sporcularla yakından ilgilenmelidir. Sporcuların spor dışındaki yaşamları ve sorunlarıyla ilgilenip destek olmaya çalışmalıdır. İlişkilerini sevgi ve saygı çerçevesinde sürdürmelidir (Çeyiz, 2007).

Yapıcı davranma: Sporcunun ya da takımın başarısında ve başarısızlığında yapıcı eleştirilerde bulunmalı ve sorumluluk almalıdır (Doğan, 2004).

Antrenör başarı konusunda belirleyicidir. Ekibin kimyasını belirleyen, liderdir. Gol kaçırdığı zaman kendini yerden yere atan veya maçtan sonra hatalı oyuncusunu suçlayan hocaya, futbolcuların saygı duyması kolay değildir (Baltaş, 2000).

Antrenörün Çalışma Yöntemi

Her antrenörün amacına ulaşmak için benimsediği, uyguladığı bir ya da birden çok çalışma yöntemi vardır. Bu yöntemlerin ne olduğu, hangi özellikleri barındırdığı, sporcuların özelliklerini dikkate alıp almadığı önemlidir (Doğan, 2004)

1. Antrenör ile sporcular arasındaki ilişkinin şekli:

Antrenör otoriter ve saldırgandır.

Antrenör demokrat ve yardıma hazırdır.

2. Antrenörün eğitim yanı:

Bilimsel temele dayalı, sistematik.

Pratik, kendi deneyimlerini ön planda tutuyor.

3. Yarışma esnasında yönetim şekli:

Rakibi yarışma yerini, zamanını inceliyor, taktik önemli, çok riske giriyor, kendine güveni yüksek, heyecanlı.

Sporcularını tanıyor, onları motive edebiliyor (Başer, 1986).

Antrenörün bir çalışma programı oluşturmasında öne çıkan iki genel yaklaşım vardır: Bilimsel verilere göre yapılandırılmış olması, ya da kendi deneyimlerini ön planda tutma. Gerçekte bu iki yaklaşımın bir arada kullanılması önemlidir. Çünkü, bilimsel veriler belirlenmiş koşullarda elde edilmiştir. Oysa, antrenman ve yarışmayı etkileyen çok çeşitli dış koşullar vardır. Bunlara sporcuların özelliklerini de eklemek gerekir. Bu nedenle çalışma yöntemi belirlenirken tüm etkenler dikkate alınmalı, gerekirse düzeltmeler yapılmalıdır (Çeyiz, 2007).

Antrenörlerin çalışma yöntemini uygularken sporcularıyla ilişkisi de başarı sağlamada önemli olmaktadır. Çalışma sırasında bazı antrenörler gergin ve otoriter bir tutumda davranırken, bazıları daha demokratik bir tutumda olabilirler. Disiplin yönünden otoriter olmak gerekirken, kimi zaman daha yumuşak davranmak gerekir. Bunları birleştirecek, tatlı-sert bir tutumun uygun olduğunu söyleyebiliriz (Doğan, 2004).

Antrenörün Davranış Özellikleri

Antrenörlerin alması gereken en önemli kararlardan bir tanesi de, antrenörlük stilidir. Antrenörlük stili, nasıl kararlar alındığını hangi beceri ve stratejilerin öğretileceğini, yarışmaların nasıl organize edileceğini, oyuncuları disipline etmek için hangi metotların kullanılacağını ve de sporculara. kararlar almaları için, hangi roller verileceğini belirleyici olmaktadır. Antrenörlükte başlıca üç özellik göze çarpmaktadır bulunmaktadır:

- a. Otoriter (kumanda edici emredici) ,
- b. Liberal (hoşgörülü, serbest bırakma) ,
- c. Demokratik (katılımcı, paylaşımcı).

Antrenörler kesin olarak bunlardan birinin içine düşmeseler de, bunlardan birinin içine girmeye veya kendilerine temel almaya daha eğilimlidirler (Konter, 1996).

Otoriter Antrenörler

Otoriter stilde bütün kararlar antrenör tarafından alınır. Sporcuların rolü antrenörlerinin kumandalarına ve emirlerine yanıt vermektir. Antrenör bilgi ve deneyime sahiptir ve onun rolü sporculara ne yapılacağını söylemektir. Sporcunun rolü ise bunu dinlemek, anlamak ve itaat edip yerine getirmektir. Kontrol tamamen antrenördedir ve sporcular edilgen konumdadırlar. Antrenör sahip olduğu kontrolü sporcularına yavaş yavaş kazandırmak gibi bir kaygı taşımamaktadır. Aksine bu kontrolü kaybedecekleri ve sahip oldukları bilgilerle ilgili olarak bir sürü kaygıya sahiptir. Sporculara ve insanlara pek güven duymaz. Onun için yönetmek çok önemlidir. Kontrol kendilerinden kaydığında büyük bir kaygı stres ve emniyetsizlik içine düşerler (Konter, 1996).

Otoriter antrenörler özetle;

- a. Bütün kararlar antrenör tarafından alınır.
- b. Sporcuların görevi, antrenörün kumanda ve emirlerini yerine getirmektir.
- c. Kontrol tamamen antrenörün kendisindedir.
- d. Sporcular edilgendir.
- e. Kontrolün aralıklı sporculara kaydırılarak verilmesi gerektiğine inanmazlar.
- f. Kendi bilgileriyle ilgili kaygılara sahiptir.
- g. Kontrolü kaybetme tasası ve korkusu taşır.
- h. Sporculara güven duymazlar.
- ı. Ne olursa olsun yönetmek onlar çok önemlidir (Konter, 1996).

Liberal Antrenörler

Oldukça az karar almaya çalışırlar. Bu stili benimseyen antrenörler çok az talimat verirler ve aktiviteleri organize etmede çok az kural ortaya koyarlar. Disiplin sorunları karşısında tutumlarına gelince kesinlikle gerekli olmadıkça her şeye karışmazlar. Bu antrenörlük stilini benimseyenler, demokratik antrenörlük stilin de ötesinde serbesiyetçi bir anlayışla takımlarını ve sporcularını yönetirler. Antrenörlük sorumluluklarını yerine getirmede kuralcı değil hoş görülü tavırlar sergilerler. Liberal stil özetle;

- a. Mümkün olduğunca az karar almaya çalışırlar.
- b. Çok az eğitim-öğretimde bulunurlar.
- c. Çalışma çığrından çıkmadıkça karışmazlar.
- d. Kontrol yeterince uygulanamaz, anarşik ortam doğabilir.
- e. Çalışanları organize etmede, plan ve program yapmada çok yetersizdirler.
- f. Kayıtsız, ilgisiz ve sorumsuz davranırlar.
- g. Oyuncu bakıcılığı ve bekleyiciliği yaparlar.
- h. Sorun çözmede aciz, yetersiz kalabilirler.
- i. Sporcular sorabilme şansına sahip olsalar da açıklayıcı yanıtlar alamazlar.
- j. Sporcularını başlarından atmak, boş zaman geçirerek tembellik ederler.
- k. Eksikliklerini otoriterliğe başvurarak örtme gereksinimi duyarlar.
- l. Gerçek anlamda eğitim-öğretimde bulunmak gibi bir kaygıları yoktur.
- m. Başarılı değildirler, rasgele başarıları vardır.

- n. Motivasyon yönetimi söz konusu değildir.
- o. İçsel motivasyonu geliştirme kaygıları yoktur.
- p. Sporcularda kontrolün ve sorumluluğun gelişmesi ile ilgili kaygıları yok.
- r. Sporcularında öz-güven ve saygıyı geliştirme ile ilgili bir tasaları yoktur.
- s. Ne demokratik ne de diktatör olabilirler.
- t. Sporcuları ve kendileri için hedefler gerçekleştirme gibi tasaları yoktur(Konter, 1996).

Demokratik Antrenörler

Bu antrenörlük stilini kendilerine temel alanlar alınacak kararları sporcularla paylaşırlar. Demokratik stili benimseyen antrenörler, gençlerin kararlar almayı öğrenmeden sağlıklı birer yetişkin olamayacaklarına inanırlar. Sporcularına yardımcı olmada onların gelişimleri üzerinde etkili olarak, liderlik becerilerini öğretmede görev sorumluluğuna sahiptirler. Ne diktatörlüğü ne de kayıtsızlığı benimserler. Kendileriyle ilgili olarak olumsuz kaygılara sahip değildirler. Kontrolü yavaş yavaş sporculara yönlendirmeye kaydırma anlayışı içinde hareket ederler. Sporcuların kendi yaşamlarıyla ilgili sorumluluklarını üstlenmede yardımcı olmaya çalışırlar (Konter, 1996).

Demokratik stil özetle;

- a. Alınan kararlar sporcularla paylaşılır.
- b. Gerekli, yerinde bir eğitim-öğretim hakimdir.
- c. Sporcularda sorumluluk geliştikçe kontrolü onlara kaydırma düşünülür.
- d. Sporcuların özgürlüğüne önem verir.
- e. Öğrenmedikleri sürece sıhhatli birer yetişkin olamayacaklarına inanırlar.
- f. Sporcularına liderlik becerilerini öğretme sorumluluğu taşırlar.
- g. Diktatörlüğü de liberalliği de benimsemezler.
- h. Kendileri ve bilgileriyle ilgili aşırı kaygı ve şüphe içerisinde değildirler.
- i. . Sporcuların sormaları ve sorgulamaları için olanaklar yaratırlar.
- j. Öğrettikleri kadar öğrenme gayreti içindedirler.
- k. Başarıları, sporculara mal etme eğilimindedirler.
- l. Sporcuları, fiziksel, sosyal, duygusal ve zihinsel yönden motive ederler.
- m. Sporcuların zevk almalarına olanak yaratırlar.
- n. Sporcularında içsel motivasyon ve kontrolü yapılandırırırlar.
- o. Sporcularda güven ve saygıyı geliştirirler.
- p. Kazanmak her şey değildir ama bir tek şeydir anlayışı içindedirler.
- r. Sporcular ilk ve önce, kazanmak ikinci ve sonra anlayışı ile hareket ederler.
- s. Sporcuların karar ve sorumluluk almalarına yardımcı olurlar.

- t. Sporcular için anlam ifade eden çalışmalarını düşünür ve planlarlar.
- u. Ben sporcularım için varım düşüncesi hakim.
- v. .Sporcuların gelişimlerini amaç olarak görürler
- w. Sporcu spor için değil, spor sporcu için düşüncesi hakimdir (Konter, 1996).

ANTRENÖRLÜK İLKELERİ

Antrenörlükte ilkeler genel olarak aşağıdaki gibi özetlenebilir. Ayrıca antrenörün görevleri antrenörlük ilkeleriyle bütünlük oluşturmaktadır;

- a. Sporcunun kendine bağımlılığını ve potansiyelini geliştirmek için ona yardımda bulunan kaynak bir kişi olmak.
- b. Kişisel farklılıkları tanıyarak sürekli futbolcuların gelişimini ve uzun süreli olan çıkarlarını düşünmek.
- c. Sporcunun gelişmesini, gerçekçi hedeflerinde mükemmelliğini hedeflemek.
- d. Örnekle yol göstermek, öğretmek, disiplinli olmak, yardımlaşmak. Hakemlere, görevlilere, rakiplere saygılı davranmak ve uygun dille tepkilerde bulunmak.
- e. Sporu mücadele verici çekişmeli ve eğlenceli yapmak. Becerilerin ve tekniklerin acı içinde öğretimine gereksinim duymamak.
- f. Sporcularla ilişkilerinde dürüst ve tutarlı olmak.
- g. Medya, sporcu yakınları resmi görevliler ile iletişim ve etkileşime hazır olmak, insan ve insan kuruluşlarında, sporda önemli rollere sahip olduklarını unutmamak.
- h. Antrenörlüğün devamlı olarak gelişmeyi ve öğrenmeyi arzu eden sorumluluk sahibi insanlarla antrenman yapmayı içerdığını unutmamak.
- i. Fiziksel kondisyon herkes için yaşam boyu süren bir hedef olmalı (Konter, 1996).

Futbolda Antrenörün Görevleri

Bir kulüpte göreve başlayan antrenör, o kulübün futbolcularının ve takımın, hedeflerine ulaşması için bir anlamda takıma liderlik yapar. Bu görevi yerine getirirken kendi bilgi, beceri ve tecrübelerini kendi programlarını oluşturarak takımına ve futbolcusuna yansıtır. Antrenörlerin futbolcularına karşı görevleri; antrenmanların planlanması, antrenmanların uygulanması, performans gelişiminin denetlenmesi, müsabaka hazırlıklarının yapılması, futbolcuların korunmaları, futbolculara danışmanlık yapmaktır. Antrenörlerin futbolcuları ve kulübü ile ilgili görevleri aşağıdaki gibi özetlenebilir;

- a. Futbolcularının fizyolojik, psikolojik ve sosyal gelişimlerine yardımcı olmak.
- b. Yapılan sporun gereksinimlerine uygun fizyolojik, psikolojik ve sosyal gelişimin sağlanması ve korunması.
- c. Futbolun teknik istemlerinin futbolcular tarafından başarıyla yerine getirilmesi ve bunlarda mükemmel olmasına yardımcı olmak.
- d. Futbolun istemlerine uygun psikolojik hazırlığı için psikologlardan yardım almak, bu konuda kendisini bilgilendirmek.
- e. Takımın optimal gelişimini hazırlığını yerine getirmek için planlama yapmak, periyodik ölçüm ve testlerle değerlendirmelerde bulunmak.
- f. Bütün koruyucu yöntemleri kullanarak futbolcuların sakatlanmalarını önlemek.
- g. Fizyolojik psikolojik antrenmanların temelleri beslenme, toparlanma ve planlama ile ilgili futbolcuların teorik bilgilerinin gelişmesine ve zenginleşmesine yardımcı olmak.
- h. Futbolcuların aktif ve bilinçli katılımlarını sağlamak.
- ı. Futbolcuların kendilerine olan değerlerini ve motivasyonları korumak.
- j. İyi iletişim ve becerileriyle futbolculara zaman zaman danışmanlık yapmak.
- k. Kendi uzmanlık alanında gerçekçi olmak ve diğer uzmanlıklardan yardım almak ve ekip çalışmasını güçlendirmek (Başer, 1996).

Antrenör ve Liderlik

Genel manada antrenörlük; sporcu, spor yöneticileri, medya, seyirci ve antrenör arasındaki etkileşime dayanan basit ve özel olarak sporcu, spor ve antrenör arasındaki etkileşimle şekillenen hem bilim, hem de sanat özelliği taşıyan bir meslek olarak tanımlanabilir (Konter, 1996).

Buna göre bir teknisyen olarak antrenör alanı ile ilgili gerekli bilgilere sahip ve bu bilgileri bilimin ışığında takımın başarısı için kullanarak, spor becerileri ve stratejileri ile birleştirerek farklı mizaçtaki insanlara uygulayabilen kişi olarak değerlendirilebilir. Bu özelliklerinin yanında antrenör iyi bir organizatör, etkili lider, motivatör ve sporcuya bağımsızlığını, yeterliliğini kazandıran eğitimcide olması gerekir (Dolaşır, 2006).

Antrenörlük, takım üyelerinin görevlerini başarma doğrultusunda onları yönetme ve koordine etmede etkinin zora dayanmayan kullanımı şeklinde tanımlanırken, pedagojik açıdan, oyuncunun en yüksek performansı yakalaması için verilen eğitim; psikolojik açıdan ise, yeteneğin gelişimini etkileyen kısıtlı bir yöntem; fizyolojik açıdan da vücuttaki iç ve dış yapı değişikliklerini yerine getirmek için yeteneği geliştiren tepki olarak açıklanmaktadır. Liderlik açısından antrenörlük ise, bir amaç için mücadele eden insanların (sporcuların) eğitilmiş yöneticisi ve bu amaca doğru sporcularına zekice yönlendiren kişi olarak tanımlanmaktadır (Erkan, 2002).

Bu özelliklerden hareketle, antrenörün takım performansına etkisi üzerine yapılan çalışmalarda etkili antrenörün: “başarılı performans ortaya koyabilen veya sporcularından olumlu psikolojik tepkiler alabilen” antrenör olduğu belirtilmiştir. Sporcuların fiziksel performansları yanında psikolojik olarak iyi olma hallerini de etkileyebilen antrenör, sporcuların kişisel ve bireysel ihtiyaçlarına cevap vermeye de hazır olmalıdır. Bu nedenle teknik ve sportif bilgi ve becerilerine ek olarak etkili antrenörlerin sporcularının yaşamlarında birçok rolü de oynaması gerekebilir. Liderlik, arkadaşlık, öğretmenlik, rol modeli, psikolojik/danışmanlık veya akıl hocalığı bu roller arasında sayılabilir. Bu roller itibarı ile spor alanında da antrenörün liderlik becerileri, sporcu iletişimde, motivasyon arttırmada, öğretilmeye çalışılan kondüsyonel, koordinatif, teknik, taktik ve psikolojik becerilerde önemini açıkça ortaya koyar. Bu nedenle, başarılı antrenör, etkili liderlik becerileri sergilemeli ve gösterdiği bu beceriler sporcuların fiziksel, teknik, taktik ve psikolojik performanslarını kolaylaştırıcı olmalıdır. Etkili liderlik becerilerine sahip antrenörlerle çalışan takımların, başarı ve yüksek performans yakalamaları daha olası bir durumdur. Fakat, günümüzde birçok antrenör yüksek düzeyde yöneticilik yaparken, düşük düzeyde liderlik ortaya koymaktadır. Dolayısı ile sezon içinde gerçekçi hedefler belirleyip oyuncularını bu hedeflere motive eden, takım moralini yükselten, uyguladığı programları genişletme ve ilerletme özellikleri gösteren antrenörlerin gerçek liderlik özelliklerine sahip olduğu söylenebilir (Konter, 1996).

Sonuç ve Öneriler

Antrenörlerin davranışları çalıştırdıkları takımdaki sporcuların özelliklerine ve diğer dış etkenlere göre değişebilmektedir. Antrenörün iyi veya kötü şeklinde ayırım yapmak yanlıştır. Önemli olan antrenörlerin sahip oldukları liderlik tarzlarını bilmeleri ve sporcularının özelliklerine göre liderlik tarzlarında değişiklik yapabilmeleridir. Örneğin, kendine tam olarak güvenmeyen sporculara sahip olan bir antrenörün demokratik bir antrenörlük tarzını uygulaması yanlış olabileceği gibi, çok otokratik yani katı kurallar koyan bir tarz da yanlış olabilmektedir. Antrenörlerin liderlik davranışları sporcu ve oyuncu algılarına göre belirlenip buna bağlı olarak sporcu tatminini belirlemeye yönelik çalışmalar yapılabilir.

Otokratik lider esas itibarıyla izleyicileri yönetimin dışında tutan; amaçların, planların ve politikaların belirlenmesinde onlara hiçbir söz hakkı tanımayan liderlerdir. Otokratik liderlik modelinin en önemli sakıncası, liderin aşırı ölçüde bencil davranması, sporcuların inanç ve duygularını hiç dikkate almamasıdır. Bu durum, sporcuları olumsuz biçimde etkiler ve onlara psikolojik açıdan tatminsizlikler oluşturur. Zamanla antrenöre karşı nefret, moral düşüklüğü,

grup içi çatışma ve anlaşmazlık ortaya çıkar. Liderin doğal otoritesi gittikçe kaybolabilir. Bu bağlamda otokratik davranış benimsemek bazı problemleri doğurabilir.

Demokratik davranış sergileyen antrenör ise paylaşımcı yönüyle sporcularının fikir ve görüşlerini alarak onlara ortak çalışma olanağı sağlar. Her ne kadar olumlu görünse de olumsuz yanı olarak ise her zaman demokratik olmak çeşitli sorunları doğurmaktadır. Antrenör bu ortak çalışmada sporcu antrenör ilişkisinin suistimal edilmemesine özen göstermelidir. Gerekli özen gösterildiği sürece demokratik davranış en olumlu davranış olarak gözlemlenebilir.

Kaynakça

- Konter E. Bir Lider Olarak Antrenör. 1. Baskı, Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, (1996).
- Doğan O. Spor Psikolojisi Ders Kitabı, Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları, Sivas, (2004).
- Başer E. Futbolda Psikoloji ve Başarı. 2. Baskı, Bağırhan Yayınevi, Ankara, (1996).
- Başer E. Uygulamalı Spor Psikolojisi, Bilimsel Spor Yayınları, Ankara, (1986)
- Çeyiz S. Çukurova Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi Ve Spor Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Adana, (2007).
- Dolaşır S. Antrenörlük Etiği ve İlkeleri, Gazi Kitapevi, Ankara, (2006).
- Erkan M. Sporda İletişimin Önemi ve Takım Performansına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, (2002).

Kurum Kimliğinin Kavramsal Olarak Sınıflandırılması
Bireysel Kimlik: Türk Televizyonunda Acun Ilıcalı Örneği
The Individual Identity Conceptual Classification of Institutional
Identity: Acun Ilıcalı Example in Turkish Television

*Mehmet BABACAN**

Başvuru Tarihi: 17.10.2019

Kabul Tarihi: 25.10.2019

Özet

Bu çalışmada medya içeriklerinin ‘‘ televizyon içeriklerinin ‘‘ ve sosyal medya mecralarının kurumsal kimlik ve bireysel kimlik oluşumundaki görevi, yeri ve önemi analiz edilmiştir. Özellikle Türk televizyon temsil, konsept ve içerikleri ile fotoğraf ve video paylaşım ağı Instagram üzerinden yapılan paylaşımların ve televizyondaki temsillerin, bireysel kimliğin oluşumuna etkisi, bireysel kimliğe katkısı ve bireysel kimliğin sürdürülebilmesi noktalarında önemi belirlenmeye çalışılmıştır. Paylaşım platformu altında bulunan gönderiler, kullanılan mekân, her içerik özelinde tercih edilen kıyafet, paylaşım yapılan tarih ve saat unsurları dikkate alınarak belirlenmekte ve paylaşılmaktadır. Bu durumda kimlik kazanım ve belirleyicilerin içeriklere de yansımaları kaçınılmaz olmaktadır. Bu süre gelen paylaşımlarda birçok konuya örnek oluşturmakta ve bu tip çalışmalarda mercek altına alınmaktadır. Çalışmada niceliksel araştırma yöntemi içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Günümüz medya sektörünün ve ekran yüzünün en önemli isimlerinden olan *Acun Ilıcalı* örneği üzerinden konuya yaklaşılmıştır. Acun Ilıcalı’ nın Instagram hesabı ve sahibi olduğu TV kanalı TV8 üzerinden yapılan paylaşımlar, ortaya konulan medya temsiliği ve TV kanal sahipliği noktasında içerik analizi tekniği kullanılarak sağlanmış olduğu bireysel kimlik açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kimlik, Bireysel Kimlik, Acun Ilıcalı, İçerik Analizi

* İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans,
mbabacan44gs@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0315-8578

Özet

In this study, the role, place and importance of media content, television content and social media channels in the formation of corporate identity and individual identity were analyzed. In particular, it was tried to be determined that the effects of individual identity on formation, contribution to individual identity and the importance of sustaining individual identity of Turkish television representation, concepts and contents, as well as the sharing of photos and videos via Instagram network and representations on television. Submissions under the sharing platform are determined and shared by taking into account the space used, the preferred clothes for each content, the date and time elements shared. In this case, it is inevitable that identity gains and determinants will be reflected in the contents. This period is an example of many issues in the sharing and this type of work is under scrutiny. In the study, quantitative research method content analysis technique was used. The subject was approached through Acun Ilıcalı example who is one of the most important names of today's media sector and screen face. The individual identity he provided was tried to be explained over Acun Ilıcalı's Instagram account, shares on the TV channel TV8 he owns, the media representation and the ownership of the TV channel, the individual using the content analysis technique.

Keywords: Identity, Individual Identity, Acun Ilıcalı, Content Analysis

Giriş

Her geçen gün gelişen teknolojik imkânlar ile birlikte artan televizyon izleme süresi, sosyal medya kullanımı haber alma, eğlenme, sürekli iletişimde kalma, gündelik hayatta güncel kalma gibi durumları da beraberinde getirmektedir. Televizyon izleme alışkanlık düzeyi, sosyal medya kullanım pratikleri, televizyon ve sosyal mecra seçim tercihleri bireylerin karakteristik, sosyal, duygusal, bilişsel gibi birçok yönleri hakkında bilgilerde vermektedir. Paylaşılan durumlar, sürekli yapılan güncellemeler ve yaşamsal sirkülasyon içinde aktif olma çabası kullanıcıların var olan durumlarını belirtmekle beraber istendik durumlar hakkında da bir takım bilgiler barındırmaktadır.

Televizyon izleme süresi, düzeyi ve zamansallığı birey odaklı olabileceği gibi kurumsal ve marka odaklı da olabilmektedir. Aynı şekilde sosyal medya üzerinde yapılan paylaşımlar birey odaklı olabileceği gibi kurumsal ve marka odaklı da olabilmektedir. Özellikle kurumlar tarafından yapılan paylaşımların sistematığı, düzeni, zamansallığı ve uyumu açısından belli bir hedef doğrultusunda yapılmaktadır. Birçok kurum bu yol ile açık ara başarıya da ulaşmaktadır. Özellikle kurumlar belli bir kimliğe bürünebilme ve sahip olma çabalarından dolayı sosyal medya ve televizyon yönetimi özellikle görsel içerikli paylaşım noktasında profesyoneller ile çalışmaktadırlar. Kurumsal olarak farklılaşma ve kendi öz kimliklerini oluşturma çabaları başlamıştır.

Teknolojide ki hızlı gelişmeler üretilen ürünlerin ve içeriklerin bir birinden farklı olmadığını ortaya koymuş, farklılık yaratmanın kurum imajı ve itibarından geçtiği sıkça ifade edilmeye başlanmıştır. Rakiplerinden farklılık yaratma noktasında kurumları birbirinden ayıran en

önemli varlıkları kurum kimliğidir. Kurum kimliği kurumun bütün görsel varlığını ifade ederken aynı zamanda kurumsal davranış, kurum felsefesi, kurum kültürü gibi öğelerle de etkileşim içindedir. Kurum kimliği kurumun gerçekliklerini ortaya koyarken paydaşlarına kendisini anlatmanın en güçlü yapısı olarak ortaya çıkmaktadır. Kurum kimliğini sağlam ve doğru kurgulayan ve bunun iletişimini paydaşlarıyla doğru bir şekilde gerçekleştiren kurumlar arzulanan imaja da sahip olabilmektedir (Aydınalp, 2014, s. 1).

Kurum kimliği, kurumların paydaşlarıyla olan ilişkilerinde kendilerinin nasıl ifade ettikleri ve farklılaştıkları ile ilgilidir. Kurum kimliğinin dört ana unsuru yansıttığı söylenebilir; kim olduğun, ne yaptığın, nasıl yaptığın ve nereye gitmek istediğin. Bu soruların cevapları kurum kimliğini de yansıtmaktadır (Aydınalp, 2014, s. 10).

Modern kurumlar önceki tüm toplumsal düzen biçimlerinden dinamiklerini, geleneksel alışkanlıklar ve adetleri aşındırma dereceleri ve kültürel düzeyde ki etkileri bakımından ayrılır. Ancak bunlar sadece kapsamlı dönüşümler değildir. Modernite gündelik toplumsal hayatın doğasını kökten değiştirir ve yaşantılarımızın en kişisel yanlarını bile etkiler. Moderniteyi kurumsal düzeyde anlamaya çalışmamız gerekir; fakat modern kurumların yol açtığı köklü dönüşümlerin doğrudan bireysel hayatla ve bu yüzden benlikle iç içe geçtiği unutulmamalıdır. Gerçekte, modernitenin kendine has özelliklerinden biri, iki ‘ karşıt ‘ faktör yayılmacılık ve niyetlilik, yani küreselleştirici etkiler ile kişisel ihtiyaç eğilimleri arasında giderek artan karşılıklı bağlantıdır(Giddens, 2010, s. 11).

Modernitenin gelenek ötesi düzeninde ve yeni dolaylı deneyim biçimleri zemininde, bireysel-kimlik refleksif olarak düzenlenen bir çaba haline gelir. Tutarlı ancak her zaman gözden geçirilen biyografik alıntılarını sürdürmeyi içeren ‘ refleksif benlik ‘ tasarımı soyut sistemlerin süzgecinden geçen bir çoğul seçimler bağlamında yer alır. Modern dünya da ‘ hayat tarzı ‘ kavramı özel anlam kazanır. Gelenek gücünü yitirdikçe ve gündelik hayat yerel ve küreselin diyalektik etkileşimi temeline yeniden inşa edilince, seçenekler çeşitliliğine sahip bireyler hayat tarzı seçimlerini daha fazla gözden geçirmek zorunda kalırlar. Kuşkusuz ayrıca, kapitalist üretim ve dağıtım modern çağın kurumlarının temel bileşenlerini oluşturduğu için, en belirginini metalaşma biçiminde olan standartlaştırıcı etkileri vardır(Giddens, 2010, s. 17). Normalde, uzmanlık bilgisiyle bağlantı içinde riskler göz önünde bulundurmaya gerektiren ‘ refleksif olarak organize edilen hayat planlaması ‘ bireysel-kimliğin yapılaşmasının merkezi bir özelliği haline gelir (Giddens, 2010, s. 17).

Bireysel deneyimler ve soyut sistemler arasında birçok farklı bağlantıya rastlanabilir. ‘ yeniden-vasıf-kazanma ‘ yani bilgileri ve becerilerin yeniden elde edilmesi soyut sistemlerin (ister kişisel hayatın mahrem yanları isterse daha genel düzeydeki katılım açısından) yoksun bırakıcı etkileri karşısında sergilenen yaygın bir tepkidir(Giddens, 2010, s. 18).

Bireysel deneyimler beraberinde kurum içinde veya tek başına liderler çıkarabilmektedir. Bireysel deneyimlerin çok fazla kişisel mahreme düşülmeden genel düzeyde ki katılım ile açıklanır ve paylaşılırsa liderlik güçlenir ve sağlamlığı güvene almış olur. Yaşanılacak olası sıkıntılı durumlarda, yoksun bırakıcı etkiler karşısında çoğu kez bireysel olarak sergilenecek

yaygın bir liderlik tepkisi öncelikle güveni, sadakati, özveriyi ve başarıyı da beraberinde getirecektir.

Liderler, kurum üyelerine rol modelliği yaparlar. Bunun yanı sıra kurum kültürüne katkı da bulunur, çalışanları motive eder, beklenen performans standartlarını belirler, dışarıya karşı kurumu ve onun ürününü temsil ederler. Kurum üyeler, liderlerin davranışlarını örnek alarak, kendi davranışlarını buna göre yönlendirirler. Çalışanlarına örnek olan liderler, kurum kültürünün gelişmesinde büyük önem taşımaktadırlar(Tuna & Muharrem, 2007, s. 33).

Yöneticilerin en önemli rolleri, kurum içinde etkili kılınan değerleri ve tutumları biçimlendirmek, sürdürmek, geliştirmek ve güçlendirmektir. Liderlik, dürüstlüğe ve yetkilendirmeye değer veren kurum kültürü oluştururken, insanları yönetmekten, onları motive etmeye doğru gelişmiştir(Tuna & Muharrem, 2007, s. 34).

Liderlik ve kurum kültürü birbirine sıkı sıkıya bağlıdır. Liderin her özelliği, kurum kültürünü şekillenmesini etkilemektedir. Lider tipleri genel olarak; otokratik, babacan otokratik, danışmacı ve katılımcı lider olmak üzere dörde ayrılır. Liderler, yukarıda sayılan gruptan hangisine girerse girsün, çalışanlara karşı olumlu yaklaşım içerisinde olanlar, kurum kültürünü de olumlu biçimde etkileyeceklerdir(Tuna & Muharrem, 2007, s. 34).

Bu işi birçok kurumdan daha başarılı ve tamamen bireysel olarak yürüten kişilerde mevcuttur. Uyguladıkları sosyal medya kullanım pratikleri ile kimliksel başarının çitasını bir hayli yükseltmişlerdir. *Acun Ilıcalı*'nın ise bu konu da Türkiye'nin en başarılı isimlerinden olduğu bilinmektedir. Sağlamış olduğu kişisel ve öznel betimleme kamuoyu tarafından kabul görmekte ve dikkatle takip edilmektedir. Sağlamış ve geliştirmiş olduğu tutum, davranış ve yapılar ile bireysel kimliği başarıyla inşa etmiştir.

Kimliğin Kavramsal Olarak Sınıflandırılması

Kimlik Kavramının Belirlenmesi

Kimlik konusu, modern toplumun içinde iyice yer edinmiştir. Örgütler ve bireyler, kendilerini farklı kılmak ve diğerleriyle daha etkili iletişim kurmak amacıyla, kimlik oluşturma gayreti içine girmişlerdir. Kimlik oluşturma, hem gönderen hem de alıcıyı içeren ve iki yönlü bir süreci gerektiren bir olgudur(Bakan, 2005, s. 59-60).

Kimlik kavramı belirlenirken bireysel kimlik, kolektif kimlik ve kurumsal kimlik olarak genel bir ayırım yapmamız mümkündür. Aşağıda bu kimlik kavramlarını açıklayacağız(Okay, 2013, s. 23).

Bireysel Kimlik

Çevremizde her kişinin has bir kimliği vardır, kimilerinde bu kimlik daha belirgindir, kimisinde ise daha çekiniktir.

Muessen' e göre:

“Kimlik, bireyin kendi kendisi, davranışları, ihtiyaçları, motivasyonları ve ilgileri belirli bir ölçüde tutarlılık gösteren, kendi kendine sağdık, diğerlerinden ayrı ve farklı bir varlık gibi algılanmasını içeren bilişsel ve duygusal nitelikte bileşik bir zihinsel yapıdır(Okay, 2013, s. 23).

Kimlik oldukça zor tanımlanan bir kavramdır. Kimlik her zaman kendimizi tamamlamamıza yardımcı bir temsildir. Aynı zamanda bireysel kimlik kavramını yalıtılmış bir biçimde ele almakta çok mümkün değildir (Akça, 2007, s. 138).

Bireysel kimlik farklı yönleri ile (aile, toplumsal cinsiyet, sınıf, bölge, din, etni ve millet) ve çoğunla durumsal olup farklı koşul ve zamanlara bağlı olarak önem düzeyi değişkenlik gösterebilir (Akça, 2007, s. 138).

Bir diğer görüşe göre kimlik, bir bilinç ve bir süreç olarak tanımlanabilmektedir. Bilinç olarak bireyin kendi özelliği hakkında duygusuna gönderme yapar. Süreç olarak ise bireyin yaşantısının sürekliliğini sağlama yönündeki bilinç dışı çabasını ve bir grubun idealleriyle dayanışmasını içermektedir(Okay, 2013, s. 23).

Kimlik aynı zamanda kaba bir deyişle, insanın kim olduğu hakkında kafasında var olan imajları kapsamaktadır. Kimlik, insanın kim olduğuyula ya da ‘ben kimim?’ sorusuna verdiği cevap ile ilgilidir. Bu cevapta, kişilere göre, bir duygu, bir bilgi, bir bilinç, bir süreç, bir temsil gibi farklı yanlar öne çıkabilir(Okay, 2013, s. 23).

Mead'e göre kimlik kavramı ‘Me’ ve ‘I’ dan oluşur. (‘Me’ ile nesne olarak ‘ben’, ‘I’ ile özne olarak ‘ben’ kastedilmektedir. Me’ den ‘rol kimliği’ anlaşılır, yani dıştan insana yönelik beklentilerin ve devralınan tutumların toplamıdır. ‘I’ ise ‘Ben – kimliğini’ kendi tutumunu temsil eder. Ben kimliği, bireyin değiştirilmiş toplumsal koşullara uyumunu mümkün kılmaktadır(Okay, 2013, s. 23).

Kişinin ‘Ben kimliği’ bir insanın dâhili kimlik duygusudur, yani kişinin etrafındaki tüm değişikliklere rağmen aynı kalmasıdır: tek ve aynı insan. Kimliğimiz bizi diğerlerinden ayıran ve bizi değiştirilemez/karşılaştırılmaz kılan özelliğimizdir. Kurum kimliği de bir kurumun diğerleriyle değiştirilmemesi ve karıştırılmamasını hedeflemektedir(Okay, 2013, s. 24).

Kolektif Kimlik

İnsanlar uzun zamandan beri birlikte yaşadıkları kişilerin kendilerini kabul etmelerini ve bir gruba ait olmalarını istemişlerdir. Normlarını paylaştığı grupların, kişiler için her zaman çok önemli bir yeri olmuştur(Okay, 2013, s. 24).

Kolektif bir varlık olan insan, ilk çağlarda yalnızca bir grubun üyesi olduklarında hayatta kalabilmekteydiler. Bir mağara veya derme çatma bir kulübede yaşayan insanlar kendilerini burada doğrudan koruyabilmekte ve yaşamlarını sürdürebilmekteydiler. Ancak her türlü yaşamın olduğu gibi, burada yaşamında katı kuralları vardır(Okay, 2013, s. 24).

Kolektif kimlikler (etnik ve milli bağlar) çoğu kez ‘‘durumsal’’ değil ‘‘ kapsayıcıdır’’. Kolektif düzeyde önemli olan bireyin seçenek ve hisleri değil, kolektif bağın niteliğidir(Akça, 2007, s. 138).

Üyelerinin kişisel kimliğine derin bir biçimde etki eden bu tür grubun henüz bir kimliği yoktur. Kolektif bir kimlik, ancak o kolektivitinin üyeleri, normları ve değerleri, tarihi ve gelenek tasarıları ile kendilerini bütünleştirdikleri bir bütünü birer parçası olarak hissettirmeye başladıkları zaman ortaya çıkmaktadır(Okay, 2013, s. 24).

Kolektif kimlik, belirli bir alana kök salmış bir takım grupların (daha çok etnik toplulukların) diğer gruplardan farklarını ortaya koymasındır. Ayrıca kolektif kimlik belirli bir durumu değil, yaşanan bir süreci yansıtmaktadır(Okay, 2013, s. 24).

Nuri Bilgin’ e göre kolektif kimlik, belirli bir insan grubunun kendi hakkındaki bilinci ve duyusuyla ilişkilidir; toplumun kendine özgü niteliklere sahip olduğu ve bir teklik taşıdığı yönündeki bilinci ve aidiyet duygusudur. Bu bakımdan dil, kültür, din, tarih, yaşam alanı, maddi koşullar gibi unsurların yanı sıra, topluluğun belleğini, kolektif kimliği yapılandıran önemli bir faktör olarak belirtmektedir(Okay, 2013, s. 24).

Günümüzdeki eğilim bireysel ve kolektif kimliklerin ötesine geçen bir kurgu da üçüncü bir aidiyet olarak ulus-üstü/ötesi oluşturma çabasıdır. Ulusal kimlikler gibi kapsayıcı kimliklerin erozyona uğradığı, başka bir ifadeyle bir kriz içine girdiği global çağda bireysel kimlik-kolektif kimlik gibi kavramların üzerinde durulmaktadır(Akça, 2007, s. 138).

Kurum Kimliği

Kurum kimliği kavramı bireysel kimlikten farklı olarak, ancak kolektif kimliğe benzer biçimde kuruluşun, işletmenin, organizasyonun kimliğini ifade eder. Bu kimlik, kuruluşta çalışanların davranışları, kuruluşun iletişim biçimleri, felsefi ve görsel unsurlardan oluşur(Okay, 2013, s. 25).

Tıpkı insanların olduğu gibi, kurumlarında, kendilerini diğerlerinden farklı kılan bir kimlikleri vardır. Aynen insanlar gibi kurumlarda bir kimliğe, karaktere, niceliklere, fazilet ve hasletlere sahiptirler. Bu görüşler, kimliklerin sadece insanlara mahsus olmadığını, toplumsal hayatın içinde çeşitli roller üstlenmiş olan çeşitli örgüt, kurum ve kuruluşlarında kendilerine özgü bir kimlik taşıdıklarını ortaya koymaktadır(Bakan, 2005, s. 59).

Bir kuruluş kolektif olarak, gelişmiş net bir kimlik geliştirmekte ve üyelerinin duygusal olarak kendisine bağlamak için değerler ve normlara sahip olmalıdır(Okay, 2013, s. 25).

Bir işletmenin bir kimliğe ihtiyaç duymasının başlıca nedenleri kurum içerisinde çalışanların kuruluş ile bütünleşmelerini sağlamak, kurumun dışında ise diğer kuruluşlardan, rakiplerden ayırt edilmek ve onlardan sıyrılabilmesidir. Çünkü artık günümüzde pek çok kuruluş birbirine benzer ürünler üretmekte, tüketicinin tercih sebebi o kuruluşun hatırlanabilirlik derecesi ve imajı olmaktadır(Okay, 2013, s. 25).

Her kuruluş toplam kültür içerisinde bir alt kültür olarak bağımsız bir biçimde içe ve dışa doğru etki de bulunan ve hem kurum içinde, hem de kurum dışında yaşanan sosyo-kültürel ve sosyo-psikolojik bir kimliğe sahiptir(Okay, 2013, s. 25).

Araştırmanın Amacı

Her geçen gün yeni bir kimlik inşa etme yoluna giden kurum ve bireyler son yıllarda başvurdukları en önemli mecra sosyal medyadır. Bu çalışma özelinde *Acun Ilıcılı* örneğinde TV8 Televizyon kanal içerikleri ve fotoğraf ve video paylaşım paylaşım ağı instagram üzerinde bireysel kimlik oluşturma çalışmasının önemi ve yerini belirtmek amaçlanmaktadır. Medya sahipliğinin küresel bir popülizm ve statü getirdiği maddi olarak üst kazanımlara ulaşılması medya sahiplik ve içerik üretim tercihlerini değerli kılmaktadır. Öte yandan her geçen gün artan instagram kullanımının beraberinde getirdiği artan takipçi ve popüleritenin kimliksel inşada ki rolü açıklanma hedeflenmektedir. Son yılların kamuoyunca en tanınır ve ünlü yüzü *Acun Ilıcılı*'nin birçok kurumun ulaşamadığı kimliksel seviyeye ulaşmasındaki medya sektöründe boy göstermesi ve instagramın etkisi anlaşılması amaçlanmaktadır. İçerik analizi ile televizyon instagram paylaşımlarının zamansallığı, beğeni sayısı, görüntülenme sayısı gibi verilerin elde edilmesi hedeflenmektedir. Bu veriler sonucunda televizyon içerik oluşturma ve instagram kullanımının bireysel kimlik oluşturma, bireysel kimlik kazandırma ve bireysel kimliğin sürdürülmesinde yeri ve etkilerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın Önemi

Televizyon program ve içeriklerinin hem bireysel hem de toplumsal olarak etkisini her geçen gün arttırması ve içerik tercihlerinin tüm boyutları ile birey ve toplumları etkilemesi bu konular üzerinde durulmasını gerekli kılmaktadır. Öte yandan sosyal medyanın iletişim, içerik üretimi, popülerite sağlama, mesaj akışı sağlama gibi noktalarda baskınlığı tartışılmayacak ölçüdedir. Özellikle fotoğraf ve video paylaşım ağı instagramın yaygınlık kazanması ile görsellerin çok fazla anlam ifade ettiği bir ortamda bu platform üzerinden yapılan her paylaşım önem kazanmaktadır. Özellikle yapılan her paylaşımında sosyal medya uzmanları ve profesyonellerinden yardım alan kişi ve kurumlar yaptıkları her paylaşım ile çok şey anlatmakta ve takipçilerini bilgilendirmektedir. İstendik oluşumlar sağlanması adına instagram özelinde yapılan içerik paylaşımları bir kimlik oluşturma açısından da önemli bir hale gelmiştir. Yapılan bu çalışma noktasında *Acun Ilıcılı* gibi bulunduğu her işi profesyonelleri ile yapan bir kişinin TV8 televizyon program içerikleri ve sosyal medya özellikle instagram kullanımı da önem arz etmektedir. Bireysel kimlik kazanma, bireysel kimlik oluşturma ve bireysel kimliğin sürdürülmesinde medya sahipliğinin, içerik üretme yetisine sahip olmanın ve sosyal medya platformlarından instagramın ne denli öneme sahip olduğu ifade edilmektedir.

Yöntem

Bu çalışmada çalışmanın amacına en uygun olduğunu düşündüğümüz niceliksel araştırma yöntemi içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi, belirli kurallara dayalı kodlamalarla bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik, yinelenebilir bir tekniktir (Çiltaş, Güler, Sözbilir, 2012, s.3). Sistematik olarak 20. yüzyılın ortalarından itibaren Lasswell, Berelson gibi öncü araştırmacıların kullanımlarıyla gelişen ve

sosyal bilimlerde araştırma yöntemlerinin en önemlilerinden biri olarak kabul edilen içerik çözümlemesi verileri tanımlamaya, verilerin içinde saklı olabilecek gerçekleri ortaya çıkarmaya yönelik bir yöntem olarak siyaset bilimi araştırmalarında da sıklıkla tercih edilen bir uygulama alanı haline gelmiştir (Balcı, 2012, s.15).Kullanılan ve yararlanılan Televizyon ve instagram içerikleri birer doküman olarak kullanılmıştır. Araştırmada hedeflenen konu hakkında bilgi içeren görsellerin analizi yapılmıştır. Araştırma problemi hakkında geniş bir zaman dilimine dayalı analizi olanaklı kılması, çeşitli görsel materyallere ulaşma yoluyla bir örneklem oluşturulması, verilerin araştırmacı tarafından özgün bir biçimde kaydedilmesi bakımından üstündür.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma *Acun Ilıcalı*'nın sahip olduğu TV8 televizyon kanalı içerik ve programları ile *Acun Ilıcalı*'nininstagram hesabı ve instagram paylaşımları ile sınırlıdır. Sosyal medya platformları içerisinde, ‘’ görsel paylaşımlara dayandığından dolayı ‘’ instagram daha efektif kullanılmakta ve içerik olarak daha zengin bir yapıya sahiptir. Araştırmanın amacına uygunluk açısından da örneklem olarak instagram seçimi yapılmıştır. Ele alınan paylaşımlar ise instagram hesabı üzerinden yapılan ilk paylaşımından 2019 Mart ayının ilk iki haftasına kadar yapılan paylaşımlar değerlendirilmiştir.

Bulgular

Televizyon İçerikleri

Tablo 1: Tv8 Televizyon Kanalı Yayın İçerikleri

Yarışmalar	Diziler	Programlar
Survivor	Jet Sosyete	Survivor Ekstra
Yemekteyiz	Kızım	Survivor Panorama
O Ses Türkiye		Eser Yenenler Show
MasterChef Türkiye		Gel Konuşalım
Yetenek Sizsiniz		Gerçeğin Peşinde
		Günaydın Doktor
		Emre Dorman ile Akıl Sorular
		Erdal Güveçle Moda Takip
		Çook Yaşa
		3 Adam

Tablo 1’ de yer alan içerikler 27 Nisan 2019 tarihinde TV8 televizyon kanalı resmi sitesinden alınmıştır. Zengin içeriği ile dikkat çeken kanal sosyo-demografik olarak her kesime hitap etme

çabası içerisinde olduğu görülmektedir. Hedef kitlenin eğlence ihtiyacını karşılama yanında bilgi, sağlık ve moda konularına da önem verildiği ve televizyon izleyicisine bu yönlerden de hitap etme amacındadırlar.

Tablo 2: Tv8 Televizyon Kanalı Örnek Yayın Akışı

Saat	Program Adı	Kategori
06.00	Oynat Bakalım	Program
07.00	Günaydın Doktor / Yeni Bölüm	Program
09.15	Gel Konuşalım / Canlı	Program
11.00	Survivor Panorama / Canlı	Program
13.30	Gerçeğin Peşinde / Canlı	Program
15.45	Yemekteyiz / Yeni Bölüm	Yarışma
20.00	Survivor Türkiye-Yunanistan / Yeni bölüm	Yarışma
02.45	Emre Dorman ile Aklımdaki Sorular Ramazan	Program
04.00	Gel Konuşalım	Program
05.45	Gerçeğin Peşinde	Program

Tablo 2’de yer alan örnek yayın akışı programı 27 Mayıs 2019 pazartesi gününe ait olup Tv8 televizyon kanalı resmi sitesinden alınmıştır. Yayın akışı hafta sonu birkaç küçük noktada farklılık gösterse de aynı seyir ve düzendedir. Günün her saatini dolu geçiren ve izlenebilir düzeyi baz alınarak oluşturulan yayın akışı sistematik bir düzen ve içeriği temsil eder niteliktedir.

Tablo 3: 27 Mayıs 2019 Reyting Sonuçları – Totalde İlk 10 Program

	Program	Kanal
1	Çukur	Show
2	Söz	Star
3	Fatih Portakal ile Fox Ana Haber	Fox
4	Müge Anlı İle Tatlı Sert	Atv
5	Zalim İstanbul	Kanal D
6	Çukur (Özet)	Show
7	Yasak Elma	Fox
8	Prof. Dr. Nihat Hatipoğlu ile İftar	Atv
9	Söz Veda	Star
10	Survivor Türkiye Yunanistan	Tv8

Tablo 3’de yer alan verilere bakıldığında diğer programların daha erken saatte başlamış olmalarına rağmen Tv8’ de yayınlanan “Survivor Türkiye Yunanistan” programı ilk 10’ a

girmeyi başarmıştır. Bu program aynı zamanda kanal sahibi Acun Ilıcalı' nın bizzat sunduğu bir programdır.

Acun Ilıcalı' nın sahibi olduğu Acun Medya bünyesinde bulunan ve çok yönlü bir televizyon kanalı olan Tv8, kendine özgü ve diğer kanallardan farklı kılınan bir yayın içeriği ile izleyicinin karşısına çıkmaktadır. Acun Ilıcalı sahibi olduğu kanalda aynı zamanda birçok programın (O Ses Türkiye, Survivor, Yetenek Sizsiniz vs.) sunuculuğunu yaparak Türk televizyonculuğunda nadir görülen bir strateji izlemektedir.

İnstagram İçerikleri

Tablo 4: *Acun Ilıcalı resmi Instagram hesabı genel görüntüsü*

Takipçi Sayısı	Takip Edilen	Paylaşım Sayısı	Etiketlenme Sayısı
7.4 Milyon	79	325	4983

Bu tablo da hesabın genel yapısı görülmektedir. Kendi yaptığı paylaşımların yanında etiketlenme sayısının da çok yüksek oluşu reklam yapmak isteyenlerin, birşeyler ispat etmek isteyenlerin, fazla takipçiye ulaşmak isteyenlerin kısaca ses duyurmak isteyenlerin yaptıkları tüm paylaşımlarda *Acun Ilıcalı* 'yı etiketledikleri görülmektedir.

Tablo 5: *Yapılan paylaşımların tarihsel aralığı*

Yapılan İlk Paylaşım Tarihi	Yapılan Son Paylaşım Tarihi
21 Mart 2015	27 Şubat 2019

Fotoğraf ve video paylaşım ağı instagramın yavaş yavaş popüler olmaya başlamasıyla paylaşımSurvivorAllStar' dan yapılan ve *Acun Ilıcalı* ' nın kendisinin olmadığı yarışmaya katılan yarışmacıların olduğu bir paylaşım. Yapılan ilk paylaşımında kendisinin veya ailesinin olmadığı düzenlemiş olduğu yarışma programının katılımcılarının olduğu bir fotoğraf olması kimliksel oluşumun ilk adımlarındandır. Bireysel olarak atılan adımların devamlılığını, sahipliğini ve benimsenmişliğini göstermektedir.

Tablo 6: *İçeriklerin paylaşım olarak dağılımı*

Fotoğraf	Video	Toplam
296	79	256

Tablo 3 de yer alan veriler toplam paylaşımın fotoğraf ve video olarak dağılımını göstermektedir. Videolarında hepsi *Acun Ilıcalı*'nın düzenlenmiş olduğu Survivor, O Ses Türkiye, Yetenek Sizsiniz Türkiye programlarından içerik ve bu programların tanıtım görüntüleri kullanılmıştır. Öte yandan sahip olduğu TV 8 ve TV 8.5 kanallarından yayınlanan Milli Maçlar kullanılmıştır.

Tablo 7: Instagram hesabında yer alan beğeni, yorum ve görüntüleme verileri

	İlk Paylaşım Fotoğraf	Son Paylaşım Fotoğraf	İlk Video	Son Video	Alınan En Yüksek Beğeni
Beğeni	43.214	408.841	61.229	1.077.814	3.532.181
Yorum	3.477	6.994	14.220	3979	18.657
Görüntüleme	-	-	61.229	1.077.814	3.532.181

Tablo 4' de yer alan verilere bakıldığında yapılan ilk paylaşımından son paylaşıma beğeni, yorum ve videoları görüntüleme oranlarının çok ciddi şekilde arttıkları görülmektedir. Bu artışlar beraberinde etkileşimi, tanınırlığı, popülerliği ve en önemlisi bireysel kimlik inşasını beraberinde getirmektedir. Yapılan ilk paylaşımından son paylaşıma kadar kullanılan konsept, kılık, kıyafet, argüman, kullanılan dil, verilen içerik ve söylemler hep aynı ölçüde, hep aynı doğrultuda ve hep aynı düzlemde. Bu da beraberinde takipçilerinde, kamuoyunda, ve özelde instagram da bir tanınırlık, net bir görüş ve en önemlisi kimliksel bir yapıyı oluşturmaktadır.

Tablo 8: Yapılan paylaşımların konu olarak dağılımı

İçerik Başlığı	Yapılan Paylaşım Sayısı (Fotoğraf ve Video)
Survivor	156
O Ses Türkiye	68
Yetenek Sizsiniz Türkiye	37
Sosyal Sorumluluk	12
Hayatın İçinden (Siyaset, Sp Sağlık,)	29
Özel Hayat (Aile Hayatı)	23
Toplam	325

Tablo 5' de yer alan veriler ışığında, bir medya yüzü olarak bireysel başarıyı yakalamış Acun Ilıcalı' nın sektörde bu başarısını ve bireysel kimlik yapısını korumak, geliştirmek ve

sürdürmek adına her konu da paylaşım yapmakla beraber medya içerikli yani yapımcılığını ve sunuculuğunu üstlendiği programlar özelinde paylaşımların ağırlıklı olması kazandığı bireysel kimliğin sağlam zemine oturduğu saptanmaktadır. Aile, spor, siyaset, sosyal sorumluluk gibi konularda yapılan paylaşım sayısı düşük olsa da beğeni ve yorum olarak ortalamanın altında kalmadıkları belirlenmiştir.

Yukarıda yer alan tüm verilere bakıldığında *Acun Ilıcalı*'nın her geçen zaman da takipçilerini arttırdığı görülmektedir. Yapılan paylaşımlarda ortalama 1.250.000 beğeni ve görüntüleme ve 3000 yorum ortalaması yakalaması bireysel olarak geldiği nokta da birçok kurumdan daha başarılı olduğunu göstermektedir.

Sonuç

Kitle iletişim araçlarından görsel ve işitsel olarak hedef kitleye hitap eden televizyon sahip olduğu içerikler ve taşıdığı mesajlardan öte aitliği ve sahipliği daha fazla önem arz etmektedir. Televizyon kanallarının bağlı bulunduğu kurum ve kişiler, bu kanalların ekonomi politikasını elinde bulunduranlar medya ve televizyon içerikleri üretmekte ve mesaj stratejileri belirlemektedirler.

Acun Ilıcalı ve Tv8 örneğinde ele alınan kimlik kazanımı, kimlik üretimi ve bireysel kimliğin öznellesmesi noktasında medya ve televizyonun yeri, medya ekonomi politikasını önemi nesnel gerçeklikler ile ortaya konulmaktadır. Acun Ilıcalı medya sahipliğinin her konusu ve sürecinde aktif rol alarak kendine özgü, kişisel ve istendik bir bireysel kimliğe bürünmeyi başarmıştır. Kurumsal anlamda yapılan ve aynı zamanda bireysel anlamda profesyonelleşerek kimliksel insanın bireyselliğine öznellik kazandırılmıştır.

Sosyal medya üzerinden yapılan ve paylaşılan her türlü paylaşım, içerik ve mesaj bireysel ve kurumsal olarak bir takım bilgiler barındırmaktadır. Özellikle profesyonel olarak sosyal medya içeriklerini düzenleyen kişi ve kurumlar kimliksel yapılanmayı ve başarıyı yakalayabilme adına içerikleri belli standartlar, belli düzenlemeler ve istendik yapıya ulaşma hedefinde oluştururlar. Özellikle kamuoyunca tanınan, ekran yüzü haline gelmiş kurumlar ve bireyler hedefe ulaşma adına sosyal medyayı etkin ve etkili kullanma gayreti içindedirler. Sosyal medya üzerinden sağlanan tanınırlık, aidiyet ve kimliksel yapılanmanın ciddi şekilde olumlu sonuçlar ortaya koyduğu yapılan çalışma da mevcuttur.

Acun Ilıcalı'nın sosyal medya hesaplarından instagram içeriklerini incelediğimiz bu çalışmada, sosyal medya fotoğraf ve video paylaşım ağı instagramın bilinçli ve etkili kullanıldığı zaman takipçilerinin, beğeni ve görüntüleme sayısının, içerik yorumlarının ve olumlu anlamda seslenen hedef kitlede artış olduğu belirlenmiştir. Bu artış beraberinde *Acun Ilıcalı*'nin instagram üzerinden daha çok takibi, izlenirliğini ve gündem oluşturmayı da beraberinde getirmiştir.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgularda göstermektedir ki kitle iletişim araçlarından televizyon özelinde ve sosyal medya, instagramın bireysel kimlik edinme, kazanma, sürdürme ve etkili bir şekilde kullanma açısından önemini her geçen gün arttırmaktadır. Yapılan paylaşım

ve oluşturulan içerikler belli bir taslak ve düzen de olduğunda, sürdürülmesi sağlandığında başarı da gelmektedir. *Acun Ilıcalı* yürütmüş olduğu televizyon yayın ve içerik planlaması, sosyal medya ve instagram kullanım pratikleri ile bireysel kimlik kazanmış ve bu kimliksel yapısını üst seviyeye taşımıştır. Öte yandan bireysel olarak kimliksel yapısını gerek işinde gerek sosyal hayatında takipçilerine ve hedef kitlesine çok iyi aktarmış ve anlatmıştır. Sahip olduğu değerleri korumayı başarmasının yanında aynı düzen ve işlevsellikte üstüne koyarak çitayı üst seviyeye taşımayı başarmıştır.

Kaynakça

- Altuntaş, C.& Türker, D. (2012). Sürdürülebilir tedarik zincirleri: sürdürülebilirlik raporlarının içerik analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(3), 39-64.
- Akça, E. B. (2007). *Kimlik, Medya ve Temsil*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Aydınalp, G. I. (2014). *İmaj Üretimi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Bakan, Ö. (2005). *Kurumsal Kimlik*. Konya: Tablet Kitapevi.
- Balci, Ş. (2007). Negatif Siyasal Reklâmlarda İkna Edici Mesaj Stratejisi Olarak Korku Çekiciliği Kullanımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(17), 73-106.
- Canöz, N. (2015). *Hizmet Sektöründe Kurumsal İmaj Algısı*. Konya: Palet Yayınları.
- Çetin, S., & Tekiner, M. A. (2015). Kurumsal İmajın Temel Belirleyicileri: Emniyet Teşkilatı Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 418-440.
- McNally, D. & Speak, K. D. (2003) *Kendi Markanız Olun Sıradan Bir Marka Olmaktan Nasıl Kurtulursunuz?*. İstanbul: Morpa Kültürel Yayınları
- Giddens, A. (2010). *Modernite ve Bireysel-Kimlik*. (Ü. Taylıcan, Çev.) İstanbul: Say Yayınları.
- Göktaş, Y., Küçük, S., Aydemir, M., Telli, E., Arpacık, Ö., Yıldırım, G., & Reisoğlu, İ. (2012). Türkiye’de eğitim teknolojileri araştırmalarındaki eğilimler: 2000-2009 dönemi makalelerinin içerik analizi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*, 12(1), 177-199.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (2011). *Marka Girişimi*. (D. Arı, A. Hande, Ö. Eldaş, & T. Karagüzel, Çev.) İstanbul: Brandage Yayınları.
- İzmiroğlu, M. (2016). *Aile Şirketlerinde Kurumsal Kimlik Ve Yönetişim*. İzmir: Ticaret Yayınları.
- Okay, A. (2013). *Kurum Kimliği* (7. b.). İstanbul: Derin Yayınları.
- Selçuk, Z., Palancı, M., Kandemir, M., & Dündar, H. (2014). *Eğitim ve bilim dergisinde yayınlanan araştırmaların eğilimleri: İçerik analizi*. *Eğitim ve Bilim*, 39(173).

- Sözbilir, M., Güler, G., & Çiltaş, A. (2012). Türkiye’de matematik eğitimi araştırmaları: Bir içerik analizi çalışması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12, 565-580.
- Thiel, P. (2016). *Sıfırdan Bire*. (E. C. Göksoy, Çev.) İstanbul: Pegasus Yayınları.
- Tuna, A. A., & Muharrem, T. (2007). *Kurumsal Kimlik Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uzoğlu, S. (2001). *Kurumsal kimlik, kurumsal kültür ve kurumsal imaj*.
- Uzuntaş, A. (2013). *Etkili iletişim: anlatabilmek ve anlayabilmek*. Kastamonu Eğitim Dergisi, 21(1), 11-30.
- Yaman, H.,& Erdoğan, Y. (2007). *İnternet kullanımının Türkçeye etkileri*: Nitel bir araştırma. *Journal of Language andLinguisticStudies*, 3(2).
- Yılmaz, R. A. (2007). *Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet Kavramı: 1960-1990 Yılları Arası Milliyet Gazetesi Reklamlarına Yönelik Bir İçerik Analizi*. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 4(4), 143-155.

Vichy Fransası'nda Müttefik Devletlerine Karşı Yürütülen Propaganda Faaliyeti

The Propaganda Activity in Vichy France Against the Allied Countries

Prof. Dr. Metin IŞIK - Doç. Dr. Mustafa KARACA†*

Başvuru Tarihi: 17.10.2019
Kabul Tarihi: 25.10.2019

Özet

20.yüzyılda kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler sayesinde propaganda ilk defa ulusal sınırları aşarak, uluslararası boyut kazanmıştı. Ülkeler, propaganda faaliyetlerini yalnızca kendi kamuoyunu şekillendirmek amacıyla değil, uluslararası boyutta müttefikleri ile ilişkilerini olumlu yönde geliştirmek, düşmanları arasındaki ilişkileri de olumsuz yönde etkilemek için kullanmıştı. Nitekim 2. Dünya Savaşı'nda propaganda faaliyetlerinin uluslararası ilişkiler alanında önemli bir rol oynadığı görülmüştü. Özellikle, Nazi Almanyası'nın 1940 yılında Fransa'yı işgalinden hemen sonra kurulan Vichy Fransası, propaganda yoluyla kamuoyunu etkileyerek uluslararası arenada kiminle dost, kiminle düşman olacağını belirlemeye çalışmıştı. Vichy Fransası bu süreçte gerek iç işlerinde, gerekse dış işlerinde doğrudan Nazi Almanyası'nın etkisi altında kalmıştı. Bu açıdan Vichy Fransası'nın uluslararası politikası da Nazi propagandası altında şekillenmişti. Bu çalışmada Vichy Fransası'nın İngiltere'ye karşı uluslararası alanda düşmanca bir tavır sergileyebilmek için Fransız kamuoyuna yönelik kullanılan propaganda posterleri ele alınmıştır. Çalışmada amaçlı örneklem metoduyla belirlenen dört propaganda posterleri (De Gaulle, Tarih, Ahtapot, Yıkım) nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak uluslararası ilişkiler boyutunda incelenmiştir. Çalışma kapsamında belirlenen propaganda posterleri Fransız dilbilimci Roland Barthes'ın göstergebilim kavramları üzerinden analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında

* Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, imetin@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5984-0328

† Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, mustafa_karaca@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8204-6154

propaganda posterlerinde; İngiltere'nin Fransa'nın milli düşmanı olduğu, İngilizlerin Fransızları kendi çıkarları uğruna acımasızca katlettiği şeklinde olumsuz mesajlar verilerek, İngiltere'ye karşı Fransız kamuoyunda olumsuz bir algının inşa edilmeye çalışıldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası İlişkiler, Vichy Fransası, İngiltere, Propaganda, Poster

Abstract

In the 20th century, propaganda became an international dimension for the first time, crossing national boundaries thanks to developments in mass media. The countries used their propaganda activities not only to influence their public opinion but also to improve relations with their allies on an international scale and to affect the relations between their enemies in a negative way. As a matter of fact, the propaganda activities in World War II seemed to play an important role in international relations. In particular, Vichy France, founded after France invasion of Nazi Germany in 1940, influenced public opinion through propaganda and determined who would be hostile and who would be the enemy in the international arena. In this process, Vichy France was under the influence of Nazi Germany, both internally and externally. In this respect, the international policy of Vichy France was shaped under Nazi propaganda. This study examined the propaganda posters used by Vichy France to French people to demonstrate the hostile attitude towards the UK in the international arena. Four propaganda posters (De Gaulle, History, Octopus, Destruction) determined by purposeful sampling method in the study were examined by using the semiotic analysis method in qualitative research methods in the dimension of international relations. The propaganda posters determined within the scope of the study were analyzed through the conceptions of French linguist Roland Barthes. It was found that England was presented as the national enemy of France and that the British were showed as if they had mercilessly slaughtered the French people by giving negative messages to build a negative perception against England in the French public opinion in propaganda posters according to the findings obtained.

Keywords: International Relations, Vichy France, England, Propaganda, Poster

Giriş

Propaganda insanlık tarihi kadar eski bir kavramı ifade etmektedir. Propaganda kelimesi ilk olarak 17. yüzyılda Katolik Kilisesi'nin Hıristiyanlık dinini yaymak için yaptığı misyonerlik faaliyetleri için kullanılmıştı. Bu yüzyıldan itibaren propagandadan siyasi, sosyal ve dini pek çok alanda kitlelerin ikna edilmesi sürecinde etkin bir şekilde yararlanılmıştı. Buna karşın uluslararası alanda etkili bir şekilde kullanılma olanağı bulamamıştı. 20.yüzyılda kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler sayesinde propaganda ulusal sınırları aşarak uluslararası boyutta faaliyet göstermeye başlamıştı. Özellikle 2. Dünya Savaşı'nda Nazizm, Faşizm, Komünizm gibi ideolojilerin hakim olduğu ülkelerde propaganda kitlelerin ikna edilmesinde büyük rol oynamıştı.

İkinci Dünya Savaşı'nda yönetimler hangi ülke ile dost, hangi ülke ile düşman olacağı konusunda kamuoylarını etkilemede propaganda faaliyetlerinden etkin bir şekilde yararlanmış, hatta müttefik ve tarafsız ülkelerde bile propagandalarını sürdürerek başka ülkelerin kamuoylarını da etkilemeye çalışmıştı. Bu süreçte, Nazi Almanyası'nın 1940 yılının Haziran ayında Fransa'yı işgalinden hemen sonra kurulan Nazilerin güdümündeki Vichy Fransası da propagandayı uluslararası siyasetini belirlemede etkin bir şekilde kullanılmıştı. Nazi işgali öncesinde İngiltere ile müttefik olan Fransa, işgale uğradıktan sonra İngiltere ile müttefikliğine son vermiş ve İngiltere'ye yönelik "nefret söylemi" içerisinde propaganda faaliyetlerine girişmişti. Böylece Fransız halkının desteğini alarak, uluslararası siyasette Nazilerin yanında yer almayı amaçlamıştı. Bu aşamada propaganda Vichy Fransası'nın uluslararası ilişkilerinin ne yönde seyredeceğinin belirlenmesinde etkin bir şekilde kullanılmıştı. Bu çalışmada 2. Dünya Savaşı döneminde kurulan Vichy Fransası özelinde Fransız kamuoyuna yönelik yapılan İngiliz karşıtı propaganda faaliyetleri Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın göstergebilimsel analiz yöntemi ışığında incelenmiştir.

İkinci Dünya Savaşı'nda Propagandanın Uluslararası İlişkilerdeki Rolü

Propaganda, kitle iletişim araçları kullanılarak, belirli bir düşünce yönünde kitlelerin ikna edilmesini amaçlayan kaynaktan alıcıya tek yönlü bir iletişim türünü açıklamaktadır (Çakı, 2018a: 16). Propaganda, tek yönlü iletişim çerçevesinde propagandacı lehine hareket etmektedir. Diğer bir deyişle propaganda için önemli olan kitlelerin, propagandacının istediği şekilde ikna olmasıdır.

Propaganda kelimesinin kökeni 17. yüzyılda Katolik Kilisesi'nin Hıristiyanlık dinini yaymak amaçlı yaptığı misyonerlik faaliyetlerinden gelmektedir (Çankaya, 2008: 22). Buna karşın propaganda kavramı 20. yüzyıldan itibaren sistemli bir şekilde geniş kitleleri etkilemek amacıyla yapılan iletişim faaliyetlerini ifade etmek amacıyla kullanılmıştı (Kallis, 2005: 1). Özellikle savaş döneminde uluslararası alanda propagandanın psikolojik savaş unsuru (sınır harbi) olarak kullanıldığı görülmüştü (Domenach, 2003: 48). Birinci Dünya Savaşı'nda savaşan taraflar ilk defa propagandanın uluslararası bir boyutta kullanılmasını sağlamıştı. Buna karşın yapılan propaganda faaliyetleri o dönemde elektronik kitle iletişim araçlarının kullanılmaması nedeniyle uluslararası alanda yeterli etki gösterememişti.

İkinci Dünya Savaşı sırasında propaganda önemli bir dönüşüme tanıklık etti. Nazizm, Faşizm ve Komünizm gibi ideolojilerin hakim olduğu bu dönemde, propaganda faaliyetleri savaşta

kalpleri ve zihinleri kazanmak için etkili bir şekilde kullanılmıştı (Fox, 2007: 1). Özellikle bu dönemde kitle iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler, Birinci Dünya Savaşı'nda emekleme dönemine giren uluslararası propaganda kavramının güçlü bir şekilde hissedilmesini sağlamıştı. Nitekim bu dönemde uluslararası propaganda kavramının etkin olmasının en önemli nedeni radyo ve sinemanın propaganda aracı olarak kullanılması olmuştur.

Radyo, İkinci Dünya Savaşı'nda etkili bir propaganda aracı olarak kullanılmıştı (Kuruoğlu, 2006: 47). 1920'li yıllarda kullanılmaya başlayan radyo zaman içerisinde Nazi Almanyası gibi totaliter ülkelerde geniş kitlelere hitap eden bir kitle iletişim aracı haline gelmişti. Nitekim, radyo uluslararası propagandanın sürekli olarak uygulanmasına da imkan vermişti (Jowett ve O'donnell, 2014: 97). 2. Dünya Savaşı, bir nevi radyo savaşlarının da yaşandığı bir dönem olmuştur. Taraflar müttefiklerine, komşularına, işgal ettikleri bölgelere ve hatta düşmanlarına karşı radyo yayınları ile uluslararası propaganda faaliyetlerini yürütmüştü.

Propagandanın uluslararası bir boyut elde etmesinde sinema sektöründe yaşanan gelişmelerin de büyük rolü bulunmuştu (Akarcalı, 2003: 102). İlk filmler sınırlı imkanlar ile 19. yüzyılın sonlarında çekilmeye başlanmıştı. Diğer yandan 20.yüzyılda sinema sektörü büyük bir ivme kazanmayı başarmıştı. Birinci Dünya Savaşı döneminde teknik imkansızlıklar nedeniyle sınırlı bir kitle üzerinde etkili olan sinema, İkinci Dünya Savaşı'nda uluslararası bir boyut elde etmişti. Nitekim Hollywood, uluslararası boyuttaki seyirci kitlesine hitap etmeye başlamıştı (Keskin Yılmaz, 2007: 55). Özellikle İkinci Dünya Savaşı'nda işgal edilen ülkelerde sinema kitleler üzerinde nüfuz elde etmek ve ideolojik söylemleri hakim kılmak için uluslararası propaganda aracı olarak kullanılmıştı.

Propagandanın uluslararası boyut kazanmasındaki diğer önemli bir adım da Nazilerin Avrupa kıtasının büyük bir bölümünde kurdukları geçici dönemli hakimiyet olmuştur. Naziler kitleler üzerinde tahakküm kurmada propagandanın gücüne büyük önem vermişti. Bu amaçla, Nazi Almanyası'nda 1933 yılının başında Dr. Joseph Goebbels'in idaresinde Halkı Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı kurulmuştu (Yücel, 2017: 154). Goebbels, propagandayı ulusal sınırlardan çıkararak, günümüzde bilinen "uluslararası propaganda" kavramının oluşmasını sağlamıştı. Goebbels, İkinci Dünya Savaşı'nda Nazilerin işgal altında bulunan ülkelerde Nazizm ideolojisinin tahakkümünü kurmak için yoğun bir propaganda faaliyeti yürütmüştü. Bu çabalar, propaganda dilinin evrenselleşmesi sürecini de hızlandırmıştı.

Yine bu dönemde dışişleri bakanlıkları da uluslararası propaganda faaliyetlerinde büyük role sahip olmuştu. Örneğin, Alman Dışişleri Bakanlığı kendi bünyesinde propaganda teşkilatı oluşturarak, gerek işgal altındaki bölgelerde gerekse düşman ülkelerde kitlelere nüfuz edebilmek için propaganda faaliyetleri yürütmüştü. Bakanlığın bünyesinde yabancı dillerde yayın yapacak olan radyo kurulmuştu (Öymen, 2014: 188). Nitekim bu dönemde gerek radyoda, gerekse gazete, dergi, poster gibi basılı medyada propagandanın uluslararası özellik kazanmasını sağlayacak olan farklı dillerde yayınlar yapılmıştı.

İkinci Dünya Savaşı Döneminde İngiliz-Fransız İlişkileri

Naziler 1 Eylül 1939'da Polonya'yı işgale başlamıştı (Aşma, 2017: 267). İngiltere ve Fransa, Polonya'nın toprakları için verdikleri garantörlüğe istinaden 3 Eylül 1939'da Nazi Almanyası'na

savaş açmıştı (Hart, 2015: 41). Bu süreçte İngiltere ve Fransa tıpkı Birinci Dünya Savaşı'nda olduğu gibi Almanlara karşı Fransa'nın kuzey batısında ordularını konuşlandırmıştı. Her iki ülke de Almanlardan gelebilecek olan saldırılara ortak hazırlıklar yapmaya başlamıştı. Buna karşın beklenen saldırı 1940 yılının yazına kadar gerçekleşmemişti.

Naziler 1940 yılının Nisan ayında Batı Cephesi'nden genel taarruza geçerek, Lüksemburg, Hollanda ve Belçika'yı işgal etmişti. 1940 yılının Haziran ayında da Wehrmacht (Alman Ordusu) Fransa'ya saldırmıştı. Bu süreçte Naziler geliştirdikleri askeri strateji ile İngiliz ve Fransız ordularını beklenmedik bir şekilde arkadan vurmaya başarmıştı. Müttefikler, Fransa'nın Dunkerque limanında Wehrmacht tarafından kuşatılmıştı. Ordusunun Nazilere esir düşmesinden çekinen İngiltere Başbakanı Winston Churchill, tarihe Dunkerque Tahliyesi olarak geçecek olan planı devreye sokmuştu. Fransa'da konuşlanan on binlerce İngiliz askeri, İngiltere'deki tüm deniz taşıtları seferber edilerek tahliye edilmişti (Caplan, 2017: 210). İngilizlerin askerlerini kurtarmak için Fransız Ordusu'nu yalnız bırakması, ilerleyen süreçte Nazi ve Vichy Propagandası tarafından İngiltere karşıtı propaganda malzemesi olarak başarılı bir şekilde kullanılmıştı. Bu açıdan, Dunkerque Tahliyesi, İngiliz-Fransız ilişkilerinin kötüye doğru evrilmesinin ilk aşaması olarak değerlendirilmişti.

İngilizlerin askeri desteğini kaybeden ve Wehrmacht tarafından kuşatma altında bulunan Fransa ordusu Nazilere teslim olmuştu (Macksey, 2012: 40). Fransa'nın teslim olması ile Nazi Almanyası'na karşı İngiltere savaşı tek başına sürdürmek zorunda kalmıştı. Naziler Fransa'nın kuzey bölümünü işgal ederken, güneyinde Vichy adından bir devletin kurulmasına izin vermişti. Vichy Fransası'nın devlet başkanlığına da General Philippe Pétain getirilmişti. Pétain'in Vichy Fransası'nın başına geçmesi, İngiliz-Fransız ilişkilerinin tamamen kopmasını önlemişti (Mazower, 2014: 180). Pétain, Naziler ve İngilizler arasında denge politikasına girişerek, Fransa'nın geri kalan kısmının da işgal edilmesini önlemeye çalışmıştı.

Fransa'da Nazi güdümlü Vichy rejiminin kurulması, İngiltere'nin Akdeniz'deki varlığını tehdit etmeye başlamıştı. Nitekim Fransızlar, Akdeniz'de büyük bir donanmaya sahipti. Nazilerin telkini doğrultusunda donanmanın İngiltere'ye karşı kullanılacağını düşünen İngiltere, 1940 yılının Temmuz ayında Oran'da bulunan Fransız Donanması'na saldırmıştı. Vichy Fransası'nın donanması ağır hasar almış ve Fransızlar yüzlerce askerini kaybetmişti (Hart, 2015: 444). İngilizlerin Oran Saldırısı, Vichy Yönetimi tarafından İngiliz karşıtı propagandalar için kullanılmıştı. Saldırı İngiliz ve Fransız ilişkilerinin olumsuz yönde etkilemişti.

Naziler, Fransa üzerinde daha fazla denetim kurmak istemişti. Bu amaçla üzerinde nüfuz kurabileceklerini düşündükleri Pierre Laval'ı 1942 yılında Vichy Fransası Başbakanı olarak atamıştı. Laval'ın Başbakan olarak göreve gelmesi İngiliz-Fransız ilişkilerinin 2. Dünya Savaşı'ndaki en kötü döneminin yaşanmasına yol açmıştı. Nitekim Laval, Pétain'in aksine tamamen Nazi yanlısı bir tutum sergilemiş ve Nazilere yönelik büyük ödünler vermişti (Eberle ve Uhl, 2017: 575). Buna karşın, Pétain'in devlet başkanı olarak görevine devam etmesi, Vichy Fransası ve İngiltere arasında ilişkilerin kesilmesini önlemişti.

Naziler, Vichy Fransası'nda tam denetimi sağlayamadıklarını düşünmüştü. Bu açıdan, Alman ordusu 1942 yılının Kasım ayında Fransa'nın işgal etmedikleri kısımlarını da ele geçirmişti.

İngilizler, Vichy Fransası'nın Naziler tarafından işgal edilmesinden sonra, 1940 yılında Fransız General Charles de Gaulle'ün önderliğinde kurulan Özgür Fransa Kuvvetleri'ni tamamen muhattap almaya başlamıştı (Kershaw, 2009: 533). Özgür Fransız Kuvvetleri, İngilizler ile iş birliğine girerek Nazilere karşı savaşın sonuna kadar mücadele etmişti. Bu süreçte De Gaulle, işgal altındaki Fransızları da Nazilere karşı direnişe çağırılmıştı. De Gaulle'ün çağruları savaşın sonlarına doğru meyvesini vermiş ve Fransa'da Nazi işgal kuvvetlerine karşı savaşan partizan gruplar meydana getirilmişti.

1944 yılının Temmuz ayında Müttefikler'in beklenen Fransa saldırısı Normandiya Sahilleri'den başlamıştı. Naziler, Müttefikler'e karşı başarısız olmuş ve 1944 yılının Eylül ayında Fransa'dan çekilmişti (Çakı ve Gülada, 2018: 57). Müttefikler, Vichy Fransası'nda Naziler ile işbirliği yapan Devlet Başkanı Pétain'i ve Başbakan Laval'ı tutuklatmış, ardından Vichy Fransası'na son vermişti. Vichy Fransası'nın tarihe karışmasıyla, Fransa'da kurulan geçici hükümetin başına De Gaulle getirilmişti (Kissgenger, 2010: 394). De Gaulle'ün Fransa'da yönetime gelmesiyle, İngiliz-Fransız ilişkileri Nazi işgali öncesindeki olumlu döneme geri dönmüştü. Fransız Ordusu, Nazilerin 1945 yılının Mayıs ayında kayıtsız şartsız teslim olacakları tarihe kadar, Müttefik Devletleri'nin yanında Nazi Almanyası'na karşı savaşmıştı.

Yöntem

Çalışmanın Amacı

Çalışmanın temel amacı uluslararası ilişkiler bağlamında propagandanın ne gibi bir öneme sahip olduğunu, Vichy Fransası'nda kullanılan propaganda görselleri üzerinden ele alarak ortaya koymaktır. Nitekim çalışmada Nazi Almanyası'nın işgali öncesi var olan İngiliz-Fransız dostane ilişkilerinin, işgal sonrası düşmanca bir yöne doğru evrilmesinde propagandanın rolü açıklanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışma kapsamında propaganda posterleri Fransız Dil Bilimci Roland Barthes'ın düz anlam ve yananlam boyutunda ele alınarak, görsellerde verilmek istenen açık ve gizli mesajlar ortaya konulmuş çalışılmıştır. Propaganda görselleri aynı zamanda metafor, kod, mit ve metonimi boyutlarında da incelenmiştir.

Gösterge, insanların zihinlerinde soyut kavramlara yönelik somut bir algı oluşturulmasını ifade etmektedir (Çetin ve Sönmez, 2015: 199). Göstergebilim ise, göstergelerden oluşan anlam dizgelerini incelemektedir (Tekinalp ve Uzun, 2013: 139; Arpa ve Çakı, 2018: 78). Bu açıdan göstergebilim bir metnin veya görüntünün herkes tarafından kabul edilen anlamını değil, göstergelerin altında yatan anlamları inceleyen bir bilim dalını açıklamaktadır (Geray, 2014: 164). Göstergebilim, alanında yapılan ilk çalışmalar genel olarak dilin temel kavramı ve anlam düzgüleri üzerinde odaklanmaktaydı (Sığırcı, 2016: 29). Nitekim göstergebilim ilk olarak 20. yüzyılda dil üzerine çalışan İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure ve ABD'li dilbilimci Charles Sanders Peirce'in çalışmaları ile ortaya çıkmıştı (Kalkan Kocabay, 2008: 13).

Göstergebilimin sinema, reklam, resim, fotoğraf gibi pek çok farklı disiplinde kullanılmasının önünü açan kişi ise Saussure'ün takipçilerinden Fransız dilbilimci Roland Barthes olmuştur. Barthes, 20. yüzyılın ikinci yarısında yaptığı çalışmalar ile göstergebilime önemli katkılar sağlamıştı (Rifat, 2013: 40).

Barthes, göstergebilimde anlamlandırmanın düzanlam ve yananlam temelinde yapıldığını bildirmektedir (Barthes, 2016a: 84). Düzanlam, göstergelerin kitleler tarafından algılanan birinci anlamını oluşturmaktadır. Düzanlam kişiden kişiye değişmeyen net ve sabit anlamı içermektedir (Barthes, 2017: 32). Yananlam ise kültürden kültüre değişebilen, mesajın göstergeler yoluyla ortaya koymaya çalıştığı asıl anlamı oluşturmaktadır (Barthes, 2016b: 18-19). Örneğin, bir general üniformasındaki yıldızlar ele alındığında, düzanlam boyutunda yıldızlar sıradan bir asker kıyafetinin üzerindeki yıldız şekillerini ifade etmektedir. Buna karşın yananlam düzeyinde yıldızlar generalin rütbesini ve hiyerarşik yapı içerisindeki pozisyonunu açıklamaktadır. Barthes'ın düzanlam ve yananlam kavramları, Saussure'ün gösteren ve gösterilen kavramlarına benzemektedir. Örneğin, gösteren açıdan siyah kedi sıradan bir hayvanı, gösterilen açıdan ise uğursuzluğu temsil edebilmektedir (Gazi ve Çakı, 2018: 53). Yananlamın doğru bir şekilde okunabilmesi için yananlamın oluşturan kültürün özelliklerinin iyi bilinmesi gerekmektedir (Tanyeri Mazıcı ve Çakı, 2018: 296).

Barthes'ın göstergebilimsel anlayışı çerçevesinde analiz yapılabilmesi için mit, metafor ve metonimi kavramlarının iyi bilinmesi gerekmektedir.

Mit, bir kültürün doğayı ve gerçekleri açıklamak için kullandığı öyküleri ifade etmektedir. Mitlerin kullanılmasının temel nedeni insanların çevresini anlamlandırma çabasıdır (Fiske, 2017: 185). Örneğin, kadınların ev işlerini daha iyi yapabilmesi. Barthes, mitlerin inşasında egemen güçlerin önemli bir rol üstlendiğinin altını çizmektedir. Özellikle kitle iletişim araçlarını elinde bulunduranların toplumda kendi ideolojik söylemlerini mit haline getirerek, kitlelerin ne yapıp ne yapmamaları gerektiğine, kimin dost kimin düşman olduğuna karar verebildiklerini bildirmektedir (Güngör, 2013: 234). Kitle iletişim araçları ile inşa edilen mitler zaman içerisinde toplumda doğallaşabilmekte ve geniş bir kabul görebilmektedir.

Metafor, bir sözcüğün yerleşmiş anlamının dışında onun değişik anlamlı başka bir sözcük yerine kullanılmasıdır (Guiraud, 2016: 146). Örneğin, aslan gibi çocuk, tilki gibi kurnaz.

Metonimi, birbirleri arasında bağlantı bulunan iki şeyden birinin diğeri yerine kullanılmasıdır (Guiraud, 2016: 145-146). Örneğin, bir futbol takımını anlatırken top, file, saha gibi kalıpların kullanılması.

Çalışmada Vichy propagandası tarafından kullanılan posterlerde İngiltere'nin yananlam boyutunda ne yönde temsil edildiği ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Diğer yandan Barthes'ın ortaya koyduğu mit olgusu ışığında, dönemin en etkili kitle iletişim araçlarından biri olan posterler üzerinden inşa edilen mitler açıklanmıştır. Böylece Vichy Fransası'nda egemen olan Nazi Almanyası'nın ideolojik söylemlerinin posterler üzerinden nasıl aktarıldığı da ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

İkinci Dünya Savaşı'nda Vichy Fransası'nda basılan tüm propaganda posterleri çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın gerek zaman, gerek tüm posterlere ulaşmadaki imkânsızlıklardan dolayı çalışmada örneklem kullanılmıştır. Çalışmada amaçlı örneklem metoduyla belirlenen dört propaganda posterleri (De Gaulle, Tarih, Ahtapot, Yıkım) nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak uluslararası ilişkiler boyutunda incelenmiştir. Vichy Dönemi'nde yayınlanan propaganda görsellerinin genel olarak dört temel başlık altında toplanmasından ve diğer görsellerin konu bakımından birbirleriyle benzer nitelik taşımasından dolayı çalışma dört poster üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın Sınırlılıkları

Vichy Fransası ve İngiltere arasındaki ilişkilerde propagandanın rolünün yalnızca propaganda posterleri üzerinden incelenmesi çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır. Diğer yandan dört görsel üzerinden çalışmanın yapılması ve elde edilen bulgular üzerinden genellemelerde bulunulması da çalışmanın diğer önemli sınırlılığını meydana getirmektedir.

Çalışmanın Önemi

Propaganda ülkeler arası ilişkilerin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle tarihte en etkili kullanıldığı 2. Dünya Savaşı'nda, propaganda disiplini uluslararası ilişkiler alanında önemli bir belirleyici rol üstlenmişti. Bu dönemde taraflar müttefikliklerini pekiştirmek, düşmanlarına karşı yeni müttefikler kazanmak ve işgal altında bulunan ülkelere destek kazanmak amacıyla propaganda faaliyetlerine yönelmişti. Çalışma, 2. Dünya Savaşı döneminde kurulan Vichy Fransası (1940-1944) özelinde propagandanın uluslararası ilişkilerin şekillenmesinde ne gibi bir rol oynadığını ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır. Nitekim bu dönemde dost ve düşman inşasında propagandanın ne gibi belirleyici bir rol üstlendiğini açıklamak hem iletişim bilimleri hem de uluslararası ilişkiler alanına önemli kazanımlar sağlayacaktır. Konuyla ilgili Türkiye'de herhangi bir çalışmaya rastlanılmaması nedeniyle çalışmanın alanda önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Çalışmanın Soruları

Çalışma kapsamında aşağıdaki sorulara yanıt alınmaya çalışılmıştır;

Vichy Fransası tarafından kullanılan propaganda görsellerinde;

- İngiltere'ye karşı hangi olumsuz mitlerden yararlanılmaya çalışılmaktadır?
- İngiltere'ye karşı hangi olumsuz kodlar inşa edilmeye çalışılmaktadır?
- İngiltere hangi olumsuz metaforlar üzerinden sunulmuştur?
- İngiltere hangi metonimler üzerinde temsil edilmiştir?

Alanda Yapılan Benzer Çalışmalar

Uluslararası alanda yapılan literatür taramasında propagandanın uluslararası ilişkilerdeki rolünü inceleyen bazı önemli çalışmalara rastlanmaktadır. Bunlar içerisinde; Willert (1938),

"Uluslararası İlişkilerde Tanıtım ve Propaganda" adlı çalışmada uluslararası ilişkilerde propaganda ve tanıtımın işlevlerini ortaya koymuştur. Siepmann (1945), "Propaganda and Information in International Affairs" adlı çalışmada propaganda ve bilginin uluslararası ilişkilerin şekillenmesindeki rolünü incelemiştir. Marsili (2015). "Propaganda ve Uluslararası İlişkiler: Savaş Döneminde Bir Bakış" adlı çalışmada 2. Dünya Savaşı'ndan günümüze propagandanın uluslararası ilişkilerde oynadığı rolü açıklamaya çalışmıştır. Çalışma sonucunda propagandanın günümüzde kamu yararına hizmet eden önemli bir iletişim tekniği haline geldiğini ortaya çıkarmıştır. Edney (2014), "Çin Propagandasının Küreselleşmesi: Uluslararası Güç ve Yerli Siyasi Uyum" adlı çalışmada Çin'in propagandayı uluslararası ilişkilerde nasıl ve ne yönde kullandığını ayrıntılı olarak incelemiştir.

Türkiye'de ise uluslararası ilişkiler bağlamda propagandanın rolünü posterler üzerinden doğrudan açıklayan herhangi bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Buna karşın göstergebilim analizinden yararlanılarak posterlerin propaganda amaçlı kullanımlarının incelendiği alanda önemli çalışmalar bulunmaktadır. Bunlar içerisinde; Karaca (2018), "Waffen SS Propaganda Faaliyetleri" adlı çalışmada 2. Dünya Savaşı'nda Nazi Almanyası tarafından işgal edilen ülkelerden asker toplamak amacıyla propaganda posterlerinin Naziler tarafından nasıl ve ne yönde kullanıldığını ele almıştır. Çalışma sonucunda Nazi propagandasının posterler üzerinden işgal edilen ülkelerde Komünizm'i ortak tehlike göstererek ve ülkeler arasındaki tarihi düşmanlıklardan yararlanarak Waffen SS için asker toplamaya çalıştığı ortaya çıkarılmıştır. Çakı (2018b), "Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme" adlı çalışmada 2. Dünya Savaşı'nda Nazi Almanyası'nın etkisi altında kurulan İtalya Sosyal Cumhuriyeti'nde (1943-1945) propaganda posterlerinin dost ve düşman algısı inşasında nasıl ve ne yönde kullanıldığını incelemiştir. Elde edilen bulgularda, İtalya propaganda posterlerinde Müttefik Devletleri'nin tehlike ve tehdit olarak sunulduğu, buna karşın posterlerde Nazi Almanyası'nın dost ve müttefik olarak temsil edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Gazi vd. (2018) "İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyet Kült Lider Propagandasında Vladimir Lenin ve Joseph Stalin'in Sunumu" adlı çalışmada Sovyetler Birliği'nde kült lider inşasında propaganda posterlerinin rolünü incelemiştir. Elde edilen bulgular kapsamında, Sovyet propagandasının posterler üzerinden Sovyet liderlerinin kendilerini halklarına adadıklarını aktararak, kitlelerin kayıtsız şartsız Sovyet liderlerin telkinlerini uygulamaları gerektiğini vurguladığı saptanmıştır. Çakı (2018c), "Adolf Hitler'in Kült Lider İnşasında Kullanılan Propaganda Posterlerinin Göstergebilimsel Analizi" adlı çalışmada eski Alman Devlet Başkanı Adolf Hitler'in Almanya'da kült lider inşasında posterlerin ne gibi bir rol oynadığını incelemiştir. Çalışma sonucunda, posterler üzerinden Almanya'nın Hitler'in liderliğinde büyük bir devlet olabileceğine yönelik mitin Alman kamuoyunda etkili kılınması için çalışıldığı ortaya çıkarılmıştır. Çetin vd., (2018). "İran Devrimi'ndeki ABD Karşıtı Propaganda Afişlerinin Claude Lévi-Strauss'un İkili Karşıtlıklar Modeli Üzerinden İncelenmesi" adlı çalışmada İran Devrimi sırasında kullanılan İran propaganda posterlerini incelemiştir. Çalışmada dönemin ABD Başkanı Jimmy Carter üzerinden Amerikan karşıtı bir algının inşa edilmeye çalışıldığı görülmüştür. Gazi vd. (2018b), "İspanya 2000 Partisi'nin Göçmen Karşıtı Propaganda Faaliyetleri Üzerine İnceleme" adlı çalışmada da İspanya'daki 2000 Partisi'nin göçmen karşıtı propaganda faaliyetlerini posterler üzerinden ele almıştır. Elde

edilen bulgularda, partinin posterler üzerinden ülkedeki göçmen sorununu istatistiki veriler üzerinden sunduğu buna karşın çözüm odaklı vaatlere posterlerde yer veremediği sonucuna ulaşılmıştır.

Vichy Fransası'nda Basılan Propaganda Posterlerinin Uluslararası İlişkiler Bağlamında Göstergebilimsel Analizi

Çalışmanın bu bölümünde amaçlı örneklem metoduyla belirlenen dört propaganda posterini (De Gaulle, Tarih, Ahtapot, Yıkım) nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz metodu kullanılarak uluslararası ilişkiler boyutunda incelenmiştir.

"De Gaulle" Konulu Propaganda Posterini

"De Gaulle" konulu propaganda posterinde Barthes'ın düz anlam boyutunda, sunum kodları içerisinde Fransız asker üniforması giymiş bir askerin kayıkla kendisine olta atan iki kişiye sağ elinin işaret parmağını kaldırdığı görülmektedir. Propaganda posterinde "Avec ce De Gaulle la, vous ne prenez rien/ Bu De Gaulle ile hiçbir şey yapamazsınız" şeklinde yazılı kod yer almaktadır. Kayıkta bulunan iki kişiden biri dönemin İngiltere Başbakanı Winston Churchill olarak görsel kodlar içerisinde yansıtılmaktadır. Kayıkta bulunan "Britannia" şeklindeki yazılı kodda, kayıktakilerin İngiliz olduğu vurgulanmaktadır. Fransız askerin bulunduğu sahil üzerinde yer alan "Dakar" şeklindeki yazılı kod, askerin bulunduğu yerin Fransız sahili olduğunu ifade etmektedir. Nitekim, yine Fransız askerin hemen önüne konumlandırılan Fransız bayrağı da askerin bulunduğu yerin Fransız sahili olduğunu desteklemektedir. Askeri önünde bulunan gemiler, Dakar'da demirleyen ve İngilizler tarafından batırılan Vichy Fransası'nın donanmasına vurgu yapmaktadır. Görsel kodlar içerisinde, Churchill'in elindeki oltanın mantarına yüz ifadesi verilmekte ve mantarın başına o dönem Fransız askerin kullandığı asker başlığı yerleştirilmektedir. Şapka Fransız ordusunu temsil eden bir metonimi olarak kullanılmaktadır. Gerek posterdeki "De Gaulle" şeklindeki yazılı kod, gerekse mantarın üstünde bulunan görsel kod, mantarın Fransız General Charles de Gaulle olduğunu göstermektedir.

Propaganda görselinin Barthes'ın yananlamında doğru bir şekilde okunabilmesi için görselin yansıttığı bağlamın iyi bilinmesi gerekmektedir. Poster gerek yazılı gerekse görsel kodlarda, Fransız General Charles de Gaulle yönetimindeki Özgür Fransa Ordusu'nun, Vichy Fransası'nın Dakar sahiline yapılan başarısız saldırı konu edinmektedir. Fransa İkinci Dünya Savaşı'nda teslim olunca, Fransız General de Gaulle teslimiyeti kabul etmeyip İngilizlerin desteğiyle Özgür Fransa Ordusu'nu kurmuştu. Nazileri Fransa'dan çıkarmak ve Vichy Fransası'na son vermek bu ordunun temel amacı oluşturmuştu. Bu amaçla Özgür Fransa Ordusu, de Gaulle önderliğinde 1940 yılının Eylül'ünde Vichy Fransası'nın Dakar sahiline saldırıya geçmişti. İki gün süren çarpışmaların ardından de Gaulle'ün birlikleri Vichy Fransası tarafından püskürtülmüştü. Bu sonuçla birlikte de Gaulle, Fransız halkı gözünde itibar elde edebilmek için ABD'nin Kuzey Afrika'ya gerçekleştireceği Meşale Hareketi'ni beklemesi gerekmişti. Buna karşın Nazi Almanyası'nın Vichy Fransası üzerindeki otoritesi daha da güçlenmişti.



Resim 1: "De Gaulle" Konulu Propaganda Posteri

Kaynak: Collections Ushm, 2018

Propaganda görselinde yer alan sunum kodları içerisinde, de Gaulle'ün başarısız Dakar Saldırısı konu edilmektedir. Posterde yazılı koda yer alan "de Gaulle, hiçbir şey yapamazsınız" yazısı İngilizlere göndermede bulunmaktadır. Yananlam boyutunda İngilizlerin de Gaulle'ün arkasında olduğu ve de Gaulle'ü Vichy Fransası'na karşı saldırıya geçiren gücün İngilizler olduğuna vurgu yapmaktadır. Propaganda görseli "İngilizler, Fransızların tarihi düşmanıdır" şeklindeki mit ön plana çıkarılmaktadır. Nitekim, görseldeki kodlarda, tarihin yine tekerrür ettiği ve İngilizlerin Fransızları birbirine kırdığı aktarılmaktadır. Görsel kodlar içerisinde Churchill olarak tasvir edilen kişi, İngiltere'yi temsil eden bir metonimi olarak kullanılmaktadır. Yine posterde yer alan ve sunum kodları içerisinde Fransız askeri olarak gösterilen kişinin de Vichy Fransası'nı temsil eden bir metonimi olduğu görülmektedir. İngilizler, posterde "düşman" ve "tehlike" metaforları üzerinden konumlandırılırken, Vichy Fransası anavatanını koruyan bir "kahraman" metaforu ile posterde yer almaktadır. Genel manada posterde Vichy Fransası'nın mücadelesinin General de Gaulle ile değil İngilizler ile olduğu vurgusu yapılmaktadır.

"Tarih" Konulu Propaganda Posteri

"Tarih" konulu propaganda posteri, Barthes'ın düzenlem boyutunda ele alındığında posterde bir kadın ve iki erkeğin konumlandırıldığı görülmektedir. Sunum kodları içerisinde kadının bir direğe bağlandığı ve ateşe verildiği aktarılmaktadır. Görselde "Grâce aux anglais notre chemin de croix/İngilizler sayesinde haç yolumuz" şeklinde yazılı kod bulunmaktadır. Görselde direğin üzerinde "1431 Jeanne D'Arc" yazısı yer almaktadır. Nitekim yazılı kod, yanan kadın tasvirinin, Jeanne D'Arc olduğunu göstermektedir. Görselde arkası dönük olan kişi sunum kodları içerisinde Fransa İmparatoru Napoleon Bonaparte olarak resmedilmektedir. Bonaparte, güneşe doğru bakmakta, güneşin hemen üstünde ise 1816 Ste Hélène yazısı bulunmaktadır. Jeanne D'Arc ve Napoleon'un hemen merkezine konumlandırılan kişinin sunum kodları içerisinde giydiği Fransız asker üniforması ile İkinci Dünya Savaşı'nda savaştan bir Fransız askeri olduğu

anlaşılmaktadır. Nitekim askerin hemen sol tarafında bulunan "1939/1940" şeklindeki yazılı kod kişinin Fransız askeri olduğu görüşünü kuvvetlendirmektedir.

Barthes'ın yananlam boyutunda görselin okuyucu/izleyici tarafından doğru bir şekilde yorumlanabilmesi için Fransız tarihinin ana hatlarının iyi bilinmesi gerekmektedir. "1431 Jeanne D'Arc" yazılı kodu ile 15. yüzyılda yaşamış ve İngilizlere karşı önemli zaferler kazanmış Fransızların gözünde bir azize olan Jeanne D'Arc'a atıfta bulunmaktadır. Jeanne D'Arc, Fransız halkı tarafından büyük saygı görmektedir. Buna karşın 1431 yılında İngilizlerin eline geçmiş ve binlerce kişinin önünde yakılarak öldürülmüştür. 1816 Ste Hélène yazısı ile Napoleon Bonaparte'un Waterloo Savaşı'ndan sonra gönderildiği İngiliz adası Sainte-Hélène'e vurgu yapılmaktadır. Fransızların gözünde saygın bir yere sahip olan Napoleon 1815 yılında Waterloo Savaşı'nda İngilizlerin oluşturduğu ittifaka karşı yenilmiş ve İngilizler tarafından Ste Hélène adasına sürülmüştür. Napoleon burada 1821 yılında hayatını kaybetmiştir. Görselde elinde haç olan Fransız askerinin, İngilizler yüzünden ölümle yüz yüze geldiğine vurgu yapılmaktadır. Nitekim, Vichy propagandasında İngilizlerin Fransız askerlerinin ölümüne yol açtığı aktarılmaktadır.



Resim 2: "Tarih" Konulu Propaganda Posteri

Kaynak: Huffingtonpost, 2018

Vichy propaganda posteri, İngilizlerin Fransızların tarihi düşmanı olduğuna yönelik mitine vurgu yapmaktadır. Tarihi seyir içerisinde Fransızların kahraman olarak gördükleri Jeanne D'Arc'ın İngilizler tarafından yakılması, Napoleon'un İngilizler tarafından sürgüne gönderilmesi posterdeki kodlar ile hatırlatılarak Fransız kamuoyunda İngiltere'ye karşı nefret söyleminin gelişmesi amaçlanmaktadır. Nitekim, İngilizlerin hala Fransız askerlerinin ölümüne yol açtığına vurgu yapılarak İngilizlerin Fransızlara karşı olan tarihi düşmanlıklarının sürdüğü anlatılmaktadır. Fransızların başına gelen olumsuzlukların İngilizler yüzünden olduğu, posterde

yazan "İngilizler sayesinde" yazısıyla anlaşılabilir. Fransız askeri Fransız ordusunu temsil eden bir metonimi olarak kullanılmıştır. İngilizler görselde "düşman" metaforu üzerinden sunulmaktadır.

"Ahtapot" Konulu Propaganda Posterini

"Ahtapot" konulu propaganda posterini Barthes'ın düzenlem boyutunda değerlendirildiğinde, görselde insan kafası taşıyan ahtapot şeklinde fiktif bir canlının olduğu görülmektedir. Canlı İngiliz haritasının üzerinde bulunmakta, kolları ile de Afrika kıtasını ve Arabistan'ın bir kısmını tutmaktadır. "Confiance... Ses amputations se poursuivent méthodiquement / Güven... Uzuvarı kesilmeye devam ediyor" şeklinde görselde bir yazı bulunmaktadır. Posterde, ahtapotun ayaklarının bazılarının kesildiği, kesik ayaklarından akan kanların üzerinde Almanya, Norveç, Suriye, Dakar, Mers-el-Kebir, Libya, Mısır ve Somali yazılı kodları yer almaktadır. Ahtapot şeklindeki canlının sunum kodları içerisindeki, piposu, saç şekli, yüzü İngiltere Başbakanı Winston Churchill'i yansıtmaktadır. Churchill, İngiltere'yi temsil eden bir metonimi olarak görselde kullanılmaktadır. Churchill'in bulunduğu İngiltere topraklarının ise görsel kod içerisinde kırmızı renkte temsil edildiği görülmektedir. Buna karşın posterde gerek sunum, gerekse yazılı kodlar içerisinde Vichy Fransası'nı temsil eden herhangi bir simge veya metonimiye yer verilmemektedir.

Görseldeki yazılı kodlarda yer alan bölgeler, İngilizler tarafından İkinci Dünya Savaşı'nda saldırıya uğrayan ama ele geçirilemeyen bölgeleri temsil etmektedir. Örneğin, ahtapotun ayaklarından birinin kesik olarak işaret ettiği Norveç, 1940 yılının Nisan ayında İngilizler tarafından işgal edilmeye çalışılmış buna karşın Alman birlikleri tarafından püskürtülmüşlerdir. Yine benzer şekilde Dakar ve Mers-el-Kebir'de Vichy Fransası'nın İngiltere'ye karşı savaşı propaganda görselinde yer almaktadır. İkinci Dünya Savaşı'nın ilk yıllarında savaştaki inisiyatif Almanlardaydı. Bu yüzden İngilizler ile Almanlar arasında çıkan çatışmalarda genel olarak Almanlar İngilizlere karşı üstün gelmekteydi. Propaganda görselinde, Nazi Almanyası güdümünde olan Vichy Fransası da İngilizlerin başarısızlıklarına vurgu yapmaktadır.



Resim 3: "Churchill" Konulu Propaganda Poster
Kaynak: Reddit, 2018

Yananlam boyutunda ahtapotun kolları, İngilizlerin tüm dünyayı ele geçirmeye çalıştığını anlatmaktadır. Kesilen kolları ise Almanların karşısında aldığı yenilgileri ifade etmektedir. Kolların kesilmesinin devam edeceğine olan vurgu Vichy Fransası'nın Nazi Almanyası ile İngilizlere karşı mücadelesinin devam edeceğine yapılan vurgudur. Nitekim Luftwaffe (Nazi Almanyası Hava Kuvvetleri) posterin basıldığı dönemde, İngilizlere karşı büyük bir hava akını gerçekleştirmekteydi. Nazi Almanyası'nın öngörüsü, Fransızlar gibi İngilizlerin de teslim olacağıydı. Bu açıdan posterde yazılı kodlar içerisinde vurgu yapılan "uzuvların kesilmesi devam edecek" şeklindeki söylem, İngilizlerin savaşı kaybedeceğini ifade etmektedir. İngiltere'yi temsil eden bir metonimi olarak kullanılan ahtapot şeklindeki Churchill, posterdeki görsel kodlar içerisinde "korku", "işgalci" ve "sömürgeci" metaforları olarak işlenmektedir. Posterde, İngilizlerin sömürgeci bir toplum olduğu ve dünyanın tüm kaynaklarını kendi çıkarları için sömürdüğüne de yönelik mit ön plana çıkarılmaktadır. Özellikle ahtapotun kolları ile Afrika kıtasını sarmalaması bu mite vurgu yapıldığını göstermektedir.

"Yıkım" Konulu Propaganda Poster

"Yıkım" konulu propaganda posterinde Barthes'ın düzenlem boyutunda yıkıntılar içerisinde konumlandırılan bir adam, bir kadın, bir kız çocuğu ve bir bebek görülmektedir. Adam sunum kodları içerisinde Fransız üniformasını giymektedir. Bu açıdan yıkıntılar içerisinde bulunan kişilerin bir Fransız ailesi olduğu anlaşılabilir. Posterde "C'est l'Anglais qui nous a fait ça!/Bunu bize yapan İngiliz!" şeklinde bir yazılı kod bulunmaktadır. Ailenin hemen arkasında ise sunum kodlarında ağızda pipo olan, İngiliz askeri üniforması giymiş bir adamın gülerken onlara doğru baktığı görülmektedir.

1 Eylül 1939 tarihinde Naziler Polonya'yı işgale başladıktan iki gün sonra Fransa, İngiltere ile birlikte Almanya'ya savaş ilan etmişti. Ertesi yıl Almanlar ani bir saldırı ile (Blitzkrieg) Fransa'yı savaş dışı bırakmıştı. Bu süreçte Vichy Fransası, Fransa'da yaşananların baş

sorumlusu olarak İngilizleri göstermişti. Nitekim, Naziler Fransa'yı 1940'ın Haziran'ında ele geçirmeye başladığında Fransızların müttefiki olan İngilizler, Dunkerque'den askerlerini tahliye ederek, Fransa'yı yalnız bırakmıştı. Savaşta tek kalan ve ordusu kuşatma altında olan Fransa da savaştan çekilmişti. Bu süreçte Vichy Fransası, yaşanan yıkımın ve Fransızların terk edilmesinin suçunu İngilizlere yüklemişti. Diğer yandan, İngilizlerin, Nazilerin desteğinde olan Vichy Fransası'na karşı Dakar ve Oran'daki saldırıları ve saldırı sonucu yüzlerce Fransız'ın hayatını kaybetmesi de Vichy Fransası tarafından İngiliz karşıtı propaganda malzemesi olarak kullanılmıştı.



Resim 4: "Yıkım" Konulu Propaganda Poster

Kaynak: Paris Musees Collections, 2018

Posterde yananlam boyutunda, İngilizlerin Vichy Fransası'na yönelik yaptığı saldırılara dikkat çekilerek, Fransızların uğradığı yıkımın baş sorumlusu olarak İngilizler gösterilmektedir. Nitekim posterdeki "Bunu bize yapan İngiliz" yazılı kodu, İngiliz askerinin bulunduğu görsel kod ile bütünlük kurarak, İngilizlerin Fransızların yıkımına yol açtığını vurgulanmaktadır. İngiliz askeri İngiliz Ordusu'nu temsil eden bir metonimi olarak posterde konumlandırılmıştır. İngiliz askerinin sunum kodları içerisinde yüzünde gülümseme bulunması, yaşananlardan zevk aldığı şeklinde bir algının oluşmasına yol açmaktadır. Propaganda görselinde İngilizlere karşı nefret söyleminin geliştirilmeye çalışıldığı görülmektedir.

Sonuç

Fransa 3 Eylül 1939 tarihinde Almanya'ya savaş ilan ettiğinde, İngiliz-Fransız ilişkileri tarihte belki de en dostane dönemini yaşamıştı. Bu dostluk Wehrmacht'ın (Alman Ordusu) 1940 yılının Haziran ayında Fransa'yı işgal ettiği döneme kadar sürmüştü. Nazi Almanyası, Fransa'yı işgal ettikten sonra Vichy Fransası adında Nazilerin güdümünde bir devlet kurulmuştu. Vichy Fransası, İngilizler ile dostane ilişkilere son vererek, İngiliz karşıtı bir tutum sergilemişti. Özellikle İngilizlerin Oran Saldırısı'ndan sonra Fransız-İngiliz ilişkileri kopma noktasına gelmişti. Bu süreçte Nazilere iyi görünmek ve Fransız kamuoyuna nüfuz edebilmek amacıyla Vichy Fransası tarafından İngiliz karşıtı yoğun bir propaganda faaliyetine girişilmişti. Özellikle Vichy propagandası, Fransız kamuoyunda var olan İngilizlere yönelik olumlu imajı tamamen yıkmaya ve İngilizleri düşmanca gösteren posterler yayınlamaya başlamıştı. Böylece Vichy Fransası uluslararası siyasette İngilizlerden tamamen uzaklaşarak, Nazilerin yanına geçebilmek için kamuoyunun desteğini almaya çalıştı.

Vichy propagandasında, İngiltere'yi temsilen genel olarak dönemin İngiltere Başbakanı Winston Churchill'in metonimi olarak kullanıldığı ortaya çıkarılmıştır. Diğer yandan İngiliz askerinin de İngiltere'yi posterlerde temsil eden metonimi olarak kullanıldığı gözlemlenmiştir. Böylece posterlerde İngiliz karşıtı inşa edilen nefret söylemi, doğrudan İngiliz halkına yöneltmekten ziyade Churchill üzerinde yoğunlaştırılmıştı. İngilizler, posterde sürekli olarak olumsuz sunum kodları içerisinde gösterilmişti. Fransızların başına gelen tüm felaketlerin sorumlusu olarak yazılı kodlar içerisinde doğrudan İngilizler hedef alınmıştı.

Propaganda görsellerindeki sunum kodları içerisinde, genel olarak İngilizlerin "düşman", "işgalci" ve "sömürgeci" gibi olumsuz metaforlar üzerinden sunuldukları gözlemlenmiştir. İngilizlerin Fransa'nın yıkımına yol açtığı, yüzlerce Fransız'ın ölümüne neden olduğu görseller içerisinde sürekli olarak vurgulanmıştır. Özellikle İngilizlerin Fransız Donanması'nın Nazilerin eline geçmemesi için Mers-el-Kebir'i (bazı posterlerde Oran olarak da yer almaktadır) 3 Temmuz 1940'da bombalayarak Fransız donanmasına zarar vermesi ve yüzlerce Fransız denizcinin ölümüne yol açması İngilizlere yönelik nefretin gelişmesi amacıyla Vichy yönetiminin propaganda malzemesi olarak kullanılmıştı.

Vichy propagandası, Fransız halkının İngilizlere karşı geçmişten sahip olduğu olumsuz mitleri de ön plana çıkarmaya çalışmıştı. Nitekim, propaganda posterlerinde, 1431 yılında Fransızların bir azize olarak gördüğü Jeanne D'Arc'ın binlerce kişinin önünde İngilizler tarafından yakılması ve 1816 yılında Fransızlar için büyük bir öneme sahip olan Napoleon Bonaparte'ın İngilizler tarafından Ste Hélène adasına sürülmesi gibi İngiliz-Fransız ilişkilerini olumsuz yönde etkileyecek olan tarihi olaylar propaganda amaçlı kullanılmıştı. Böylece Vichy Fransası, İngilizlerin hiç bir zaman güvenilir bir müttefik olmadığı, İngilizlerin Fransızların milli düşmanı olduğu benzeri İngiliz karşıtı mitlerin Fransız kamuoyunda ön plana çıkması için çalışmıştı.

Bu çalışmada Vichy Fransası'nın İngiliz karşıtı propaganda faaliyetleri özelinde, propagandanın uluslararası ilişkiler alanında ne gibi bir rol oynadığı ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Çalışma alanında özgün olması ve gelecek çalışmalar için kaynak teşkil etmesi bakımından önem

taşımaktadır. Buna karşın gelecek çalışmaların, 21. yüzyılda uluslararası ilişkilerde propagandanın rolünü ortaya koyabilecek güncel örnekler üzerinden incelemelerde bulunmasının alana önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akarcalı, S. (2003). *İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Arpa, M., & Çakı, C. (2018). “İş Kazası Diye Bir Şey Yoktur”: Kanada İş Güvenliği Reklamları Üzerine İnceleme. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 9(2), 75-87.
- Aşma, C. (2017). *Adolf Hitler*. Erasmus Yayınları: İstanbul.
- Barthes, R. (2016a). *Göstergebilimsel Serüven*. Çev., Mehmet Rifat, Sema Rifat. 8. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barthes, R (2016b). *S/Z*. Çev., Sündüz Öztürk Kasar. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Barthes, R. (2017). *Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik*. Çev., Ayşenaz Koş. Ömer Albayrak. 2. Baskı. İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- Caplan, J. (2017). *Hitler Almanyası 1933-1945*. Çev., İdem Erman. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Collections Ushm (2018). <https://collections.usmmm.org/search/catalog/irn513603>. Erişim Tarihi: 09.05.2018.
- Çakı, C. (2018a). *Propaganda*, M. Karaca ve C. Çakı (ed.), İletişim ve Propaganda, (s.13-44). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Çakı, C. (2018b). Nazi Almanyası Etkisindeki İtalyan Sosyal Cumhuriyeti'nin Propaganda Posterleri Üzerine İnceleme. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11 (2), 252-272.
- Çakı, C. (2018c). Adolf Hitler'in Kült Lider İnşasında Kullanılan Propaganda Posterlerinin Göstergebilimsel Analizi. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 24-38.
- Çakı, C. & Gülada, M. O. (2018). Vichy Fransası'nda İşgal Propagandası. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (1), 53-80.
- Çankaya, E. (2008). *İktidar Bu Kapağın Altındadır. Gösteri Demokrasisinde Siyasal Reklamcılık*. İstanbul: Boyut Yayın Grubu.

- Çetin, M., & Eşiyok, E. (2015). Sosyal Temsil Kuramı Bağlamında Kurumsal Reklamlar: Türk Hava Yolları Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 1(39), 191-207.
- Çetin, M., Çakı, C., & Gazi, M. A. (2018). The Examination of The Anti-Usa Propaganda Posters in The Iran Revolution According to Claude Lévi-Strauss' Binary Opposition. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(3), 31-51.
- Domenach, J. M. (2003). *Politika ve Propaganda*, Çev.,Tahsin Yücel, 2. Basım. İstanbul:Varlık Yayınları.
- Eberle, H. & Uhl, M. (2017). *Hitler Kitabı*. Çev.,M. Tüzel. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Edney, K. (2014). *The Globalization of Chinese Propaganda: International Power and Domestic Political Cohesion*. Germany: Springer.
- Fiske, J. (2017). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev., Süleyman İrvan. 5. Basım. Ankara:Bilim ve Sanat Yayınları.
- Fox, C. J. (2007). *Film Propaganda in Britain and Nazi Germany: World War II Cinema*. New York: Berg.
- Gazi, M. A., Çakı, C. (2018). Siyahi Ayrımcılığa Karşı Hazırlanan Kamu Spotu Reklamları. *International Journal of Labour, Life and Social Policy*, 1 (2), 48-62.
- Gazi, M. A., Çakı, C., & Gülada, M. O. (2018a). İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyet Kült Lider Propagandasında Vladimir Lenin ve Joseph Stalin'in Sunumu. *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi*, 1(2), 25-42.
- Gazi, M. A., Çakı, C., & Gülada, M. O. (2018b). İspanya 2000 Partisi'nin Göçmen Karşıtı Propaganda Faaliyetleri Üzerine İnceleme. *Ankara Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 11-22.
- Geray, H. (2014). *İletişim Alanından Örneklerle Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Guiraud, P. (2016). *Göstergebilim*. Çev., Mehmet Yalçın. 3.Baskı. Ankara: İmge Kitabevi.
- Güngör, N. (2013). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*, 2. Baskı, İstanbul: Siyasal Kitapevi.
- Hart, B. L. (2015). *İkinci Dünya Savaşı Tarihi*. Çev., Kerim Bağrıaçık. İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Huffingtonpost (2018). https://www.huffingtonpost.fr/2016/05/06/emmanuel-macron-orleans-honorer-jeanne-darc-recuperee-toutes-sauces_n_9856190.html. Erişim: Tarihi: 09.05.2018.

- Jowett, S. G. & O'donnell, V. (2014). *Propaganda & Persuasion*. USA: Sage.
- Kalkan Kocabay, H. (2008). *Tiyatroda Göstergebilim*. İstanbul: E Yayınları.
- Kallis, A. A. (2005). *Nazi Propaganda and The Second World War*. New York: Springer.
- Karaca, M. (2018). Wafften SS Propaganda Faaliyetleri. *European Journal of Managerial Research Dergisi*, 2(2), 100- 118.
- Kershaw, I. (2009). *Hitler, 1936-1945: Nemesis*. Çev., Zarife Biliz. 2. Cilt, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Keskin Yılmaz, Y. (2007). *Propaganda Aracı Olarak Sinema: 1990 Sonrası Amerikan Filmlerinde Propagandanın Kullanımı Üzerine Bir Çalışma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kissenger, H. (2010). *Diplomasi*. Çev., İbrahim H. Kurt. 9.Baskı. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Kuruoğlu, H. (2006). *Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Macksey, K. J. (2012). *İkinci Dünya Savaşı'nda Askeri Hatalar*. Çev., M. Tanju Akad. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Marsili, M. M. (2015). Propaganda and International Relations: An Outlook in Wartime, *Revista de Arte, Ciência e Comunicação*, (19), 1-38.
- Mazower, M. (2014). *Hitler İmparatorluğu, İşgal Avrupa'sından Nazi Yönetimi*. Çev., Yavuz Alogan. 2. Baskı. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Öymen, O. (2014). *Bir Propaganda Silahı Olarak Basın*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Paris Musees Collections (2018). <http://parismuseescollections.paris.fr/fr/musee-jean-moulin/oeuvres/dakar-mers-el-kebir#infos-principales>. Erişim: Tarihi: 09.05.2018.
- Reddit (2018). https://www.reddit.com/r/PropagandaPosters/comments/575x3d/propaganda_poster_by_vichy_france_trying_to_mark/. Erişim: Tarihi: 09.05.2018.
- Rifat, M. (2013). *Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar*. İstanbul:Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sığırcı, İ. (2016). *Göstergebilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri ve Olayları Okuma*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Siepmann, C. A. (1945). Propaganda and Information in International Affairs. *Yale LJ*, 55, 1257- 1258.

- Tanyeri Mazıcı, E.& Çakı, C. (2018). Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*. 5 (3). 290-306.
- Tekinalp, Ş. & Uzun, R. (2013). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. 4. Baskı. İstanbul: Derin Yayınları.
- Willert, A. (1938). Publicity and Propaganda in International Affairs. *International Affairs Royal Institute of International Affairs 1931-1939*, 17(6), 809-826.
- Yücel, E. (2017). *Propaganda, Hitler'in Müftüsünden Nazi Türklere, Bir Diktatörü Otopsi*. İstanbul: Karakarga Yayınları.

İkinci Dünya Savaşı'nda Japonya Karşısı ABD Propaganda Posterlerinin Korku Çekiciliği Bağlamında İncelenmesi

The Examination of the USA Propaganda Posters in the Context of Fear Appeal in the Second World War

Serkan KIZILCI - Dr. Öğr. Üyesi Tamer KAVURAN†*

Başvuru Tarihi: 17.10.2019

Kabul Tarihi: 25.10.2019

Özet

20. yüzyılın ilk yarısında meydana gelen İkinci Dünya Savaşı, insanlık tarihinin en kanlı savaşlarından biri olmuştur. Savaşın gidişatını üzerinde en büyük role sahip olan Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD), savaş karşısı güçlü bir kamuoyu bulunmaktaydı. Buna karşın Japonya'nın ABD donanmasının bulunduğu Pearl Harbor limanına ani hava saldırısı üzerine ABD'de de Mihver Devletleri'ne karşı kamuoyunda güçlü bir nefret oluşmaya başlamıştı. Nihayetinde ABD, Japonya'ya savaş ilan ederek İkinci Dünya Savaşı'na dahil olmuştur. ABD, savaş sırasında askeri hareketlerinde Amerikan kamuoyunun desteğini alabilmek için Mihver Devletleri'ne karşı yoğun bir propaganda faaliyetine yönelmiştir. ABD kitlelerin istenilen yönde iknasında duygusal çekicilikler içerisinde yer alan korku çekiciliği tekniğini bu propaganda faaliyetlerinde sıklıkla kullanmıştır. Özellikle Pearl Harbor Saldırısı'nda ABD donanmasında büyük bir zarara yol açan ve yüzlerce askerin ölümüne neden olan Japonya'ya karşı yoğun bir propaganda faaliyetine yönelmiştir. Bu çalışmada ABD'nin Japonya'ya karşı yürütülen propaganda faaliyetlerinde korku çekiciliği tekniğini, dönemin en etkili kitle iletişim araçlarından biri olan posterlerde nasıl ve ne yönde kullandığını incelenmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinde içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen dört propaganda posterleri

* Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Öğrencisi
serkan.kizilci@inonu.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-5466-0659

† Fırat Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim ve Tasarım Bölümü, tkavuran@firat.edu.tr,
ORCID No: 0000-0001-8332-9802

Roland Barthes'ın göstergebilim anlayışı üzerinden analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda ABD propagandasının Japonya'yı canavar, katil vb. olumsuz metaforlar üzerinden sunularak, korku çekiciliği oluşturulmaya çalışıldığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Korku Çekiciliği, Propaganda, Japonya, İkinci Dünya Savaşı, Göstergebilim

Abstract

The Second World War, which occurred in the first half of the 20th century, was one of the bloodiest wars in human history. In the United States of America (USA), which played a major role in the war, had as strong anti-war public opinion. In spite of this, a strong hate speech against the Axis States in the United States began to mold in the USA because of a sudden air attack against the Pearl Harbor, where the USA navy was located. Finally, the USA participated in the Second World War by declaring war on Japan. In the course of the war, the United States made an intensive propaganda campaign against the Axis in order to receive support from the American public opinion in military operations. The USA frequently used to direct the masses in the desired direction via the fear appeal technique. In particular, the Pearl Harbor Attack led to intense propaganda against Japan, which caused a great deal of damage to the USA navy and killed hundreds of American soldiers. In this study, how and in what way the USA used fear appeal technique in posters which were one of the most effective mass communication tools in that period was examined. In the study, semiotic analysis method in qualitative research methods was used. The five propaganda posters, which were determined using the purposive sampling method, was analyzed in terms of Roland Barthes' semiotics concepts. As a result of the study, it was found that the USA propaganda presented Japan as monster, killer and so on. It was seen that it was tried to construct fear appeal by presenting over negative metaphors.

Keywords: Fear Appeal, Propaganda, Japan, World War II, Semiotics

Giriş

İkinci Dünya Savaşı sırasında Müttefik Devletleri'nin Mihver Devletleri'ne karşı korku temelli korku çekiciliği tekniğini yürüttüğü propaganda faaliyetlerinde sıklıkla kullanmıştır. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri tarafından Nazi Almanyası ve Japon İmparatorluğu'na karşı Amerikan kamuoyunda destek bulmak amacıyla propaganda posterlerinde korku temasından yoğun bir şekilde faydalanılmıştır. Amerikan propagandasında kamuoyunda Nazi Almanyası'na ve Japon İmparatorluğu'na karşı korku yoluyla nefret söylemi inşa etmeye çalışmış, böylece Mihver Devletleri'ne karşı yürütülen askeri operasyonların kitleler nezdinde meşruluğunu sağlamayı amaçlamıştır. ABD'nin korku faktörünü propaganda posterlerinde en sık kullandığı ülkelerin başında ise Japon İmparatorluğu gelmiştir. Nitekim, 2. Dünya Savaşı'nın en yoğun olduğu 1941 yılında Japon Hava Kuvvetleri tarafından, Pearl Harbor

Limani'ndaki ABD Donanması'na karşı girişilen ani saldırı, Amerikan kamuoyunda Japonya'ya karşı korku faktörünün kullanılmasını kolaylaştırmıştır. Bu açıdan Amerikan propaganda posterlerinde Japonya'nın ABD için büyük bir tehdit olduğu ve engellenmediği taktirde ABD için büyük bir tehlikeye yol açabileceği üzerine propaganda faaliyetleri yürütülmüştür. Bu çalışmada İkinci Dünya Savaşı'nda ABD propagandası tarafından kullanılan propaganda posterlerinde Japonya'nın korku çekiciliği tekniği kullanılarak nasıl ve ne şekilde sunulduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Türkiye'de korku çekiciliği alanında yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde, korku çekiciliği tekniğinin genel olarak reklam disiplini içerisinde kamu spotu reklamlarında kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmalarda kitlelerin belirli bir alışkanlıktan uzak durmaları amaçlanarak, kitlelerin olumsuz alışkanlığı devam ettirdiklerinde başlarına gelebilecek olumsuz durumlar hatırlatılmakta ve olumsuz alışkanlığı sonlandırmaları istenmektedir. Bu çalışmalar içerisinde; Gülada (2018) "Korku Çekiciliği Kavramının Trafik Kazalarını Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı" adlı çalışmada trafik kazalarını konu alan kamu spotu reklamlarında korku çekiciliği kavramının ne şekilde kullandığını incelemiştir. Çalışmada sonucunda, trafik kurallarına uyulmadığı taktirde sürücülerin başlarına gelebilecek muhtemel yaralanmalar ve ölümler gösterilerek kitlelerin trafik kurallara riayet etmeleri amaçlanmıştır. Arpa (2018), "İş Güvenliğini Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Korku Çekiciliği Kavramının Kullanılması" adlı çalışmada ise iş güvenliği reklamlarında korku çekiciliği tekniğinin kullanımını ele almıştır. Elde edilen bulgularda, çalışanların iş güvenliği kurallarına uymadıklarında başlarına gelebilecek iş kazaları hatırlatılarak, kitlelere iş güvenliğinin önemini vurgulanması amaçlanmıştır. Tanyeri Mazıcı ve Çakı (2018) "Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı" adlı çalışmada kamu spotu reklamlarında korku çekiciliği oluşturabilmek için otoriter liderlerin ne yönde kullandıklarını eski Alman Devlet Başkanı Adolf Hitler özelinde analiz etmiştir. Çalışmada Hitler'in ölüm, tehlike ve tehdit gibi olumsuz metaforlar şeklinde kullanılarak kitlelerin zarar verici alışkanlıklarını bırakmaları amaçlanmıştır.

Propaganda disiplini içerisinde korku çekiciliği tekniğinin ne amaçla kullanıldığını inceleyen ulusal akademik çalışmaların oldukça sınırlığı olduğu görülmektedir. Bu çalışmalar içerisinde; Çakı (2018a), "Weimar Cumhuriyeti'nde Bolşevizm'in Korku Çekiciliği Bağlamında Alman Propaganda Posterlerinde Kullanımı" adlı çalışmada Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra kurulan Weimar Cumhuriyeti'nde Komünizm ideolojisine karşı propaganda faaliyetlerinde korku çekiciliği yönteminin nasıl ve ne yönde kullanıldığını incelemiştir. Çalışmada posterler Barthes'in düz anlam, yanlam ve mit kavramları üzerinden analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda ele edilen bulgulara göre, Weimar propagandasında Komünizm ideolojisinin Almanya'ya sefalet, yıkım ve kaos getireceği miti inşa edilerek, kitlelerin ideolojiyi desteklememeleri telkin edilmiştir. Çakı (2018b), "Birinci Dünya Savaşı'nda Propaganda Amaçlı Kullanılan Posterlerin Korku Çekiciliği Bağlamında İncelenmesi: Büyük Britanya Örneği" adlı çalışmada da Birinci Dünya Savaşı'nda Büyük Britanya İmparatorluğu'nun korku çekiciliği bağlamında Alman İmparatorluğu'na karşı kullanılan propaganda posterlerini ele almıştır. Çalışmada posterler yine Barthes'in göstergebilim anlayışı ışığında analiz edilmiştir. Elde edilen bulgularda, İngiliz

propagandasının Almanya'ya yönelik korku çekiciliği tekniğini nefret söylemi inşasında kullandığı ortaya çıkmıştır.

Alanda yapılan kapsamlı literatür taraması sonucunda, ABD'nin İkinci Dünya Savaşı'nda Japon İmparatorluğu'na karşı korku çekiciliği tekniğini propaganda faaliyetlerinde ne şekilde kullandığını inceleyen her hangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Diğer yandan ABD'nin propaganda faaliyetleri özelinde korku çekiciliğini inceleyen ulusal düzeyde akademik çalışmanın olmadığı da görülmüştür. Bu amaçla çalışmada propaganda ve korku çekiciliği kavramları ABD'nin propaganda faaliyetleri özelinde incelenerek alanın içerik bakımından zenginleşmesi amaçlanmıştır.

İkinci Dünya Savaşı Dönemi'nde ABD Kamuoyu ve Propaganda

İkinci Dünya Savaşı, Nazi Almanyası'nın 1 Eylül 1939 tarihinde Polonya'yı işgal ele girişmesiyle başlamıştı (McNab, 2015: 13). Nazi Almanyası bu süreçte Japonya ve İtalya ile ortak hareket ederek Üçlü Mihver adında bir ittifak oluşturmuştu (Hart, 2015: 41). Buna karşın İngiltere ve Fransa paktın karşında yer alarak Müttefik Devletleri Bloğu'nu meydana getirmişti. ABD ise bu süreçte tarafsızlığını ilan ederek sıcak savaştan uzak durmayı seçmişti. 1940 yılının Haziran ayında Nazi Almanyası'nın Fransa'yı işgal etmesi ile birlikte Amerikan kamuoyunda Mihver Devletleri'ne karşı tedirgin bir süreç oluşmaya başlamıştı. 1941 yılının Haziran ayında da Nazi Almanyası ani bir saldırı ile Sovyetler Birliği'ni işgale başlamıştı (Gazi vd. 2018: 23). Aynı dönemde Japonya'nın Pasifik'teki yayılmacı siyaseti neticesinde gerçekleşen işgallerden sonra da Japonya, ABD'nin Pasifik'teki üstlerine için önemli bir tehdit haline gelmişti. Mihver Devletleri'nin, Müttefik Devletleri'ne karşı inisiyatifi ellerine geçirmelerine karşın ABD kamuoyunda savaş karşıtı söylemler etkisini sürdürmeye devam etmişti. Nitekim Başkan Franklin D. Roosevelt, ABD'nin savaşa dahil olabilmesi için yeterli kamuoyu desteğini elde edememişti (Akarcılı, 2003: 241). Tüm bu süreçte ABD'de içerisinden Nazi Almanyası'na ve Japonya'ya karşı önemli bir kamuoyu meydana gelmişti. Özellikle Charlie Chaplin gibi dönemin önde gelen sanatçıları Mihver Devletleri'ne karşı yürütülen propaganda faaliyetlerinde yer almıştı (Karaca, 2018: 35). Buna karşın Mihver Devletleri'ne karşı yürütülen propaganda faaliyetlerinde doğrudan ABD yönetimi etkili olmamıştı.

Mihver Devletleri, 1941 yılının sonlarına doğru Avrupa kıtasında ve Güney Doğu Asya'da kontrolü büyük oranda ele geçirmişti. Bu aşamada, Japon Hava Kuvvetleri 9 Aralık 1941 tarihinde ABD'nin Pasifik'teki Pearl Harbor Limanı'na saldırmıştı (Keegan, 2016: 258). Saldırı sonucunda ABD donanması ağır hasar görmüş ve yüzlerce Amerikalı denizci hayatını kaybetmişti. Dünyayı sarsan bu ani saldırı ABD'de savaş karşıtı kamuoyunun bir gün içerisinde değişmesine yol açmıştı. Saldırıdan bir gün öncesine kadar savaş karşıtlığını koruyan Amerikan halkı, saldırıdan sonra Müttefik Devletleri'nin yanında yer almıştı. Diğer yandan 11 Aralık 1941 tarihinde Nazi Almanyası'nın ABD'ye savaş ilan etmesiyle birlikte ABD, İkinci Dünya Savaşı'na zorunlu olarak dahil olmuştu (Macksey, 2012: 137). Bu süreçte Nazi Almanyası, Nazizm ideolojisinin etkisinde otoriter bir yönetime sahipti (Gülada vd., 2019: 1082).

ABD'nin savaşa dahil olması, ülke içerisinde kamuoyunu olduğu kadar yürütülen propaganda faaliyetlerinin de değişmesine yol açmıştı. 1941 yılının Aralık ayından itibaren ABD'deki kitle iletişim araçları yoluyla ülkenin dört bir yanında Mihver Devletleri'ne karşı propaganda yürütülmeye başlanmıştı. ABD'deki gazete ve dergilerde Mihver Devletleri'ni eleştiren haberler yayınlanmakta, filmler çekilmekte, karikatürler çizilmekte, posterler oluşturulmaktaydı. Özellikle Amerikan propagandası Almanya'ya karşı olumsuz kamuoyu inşasında sinema sektöründen yoğun bir şekilde yararlanmıştı (Zorlu vd., 2017: 72). Bu aşamada ABD yönetimi doğrudan yürütülen propaganda faaliyetlerine dahil olmuş, hatta finansal destek sağlamaya başlamıştı (Çakı, 2018d: 53). Özellikle ABD yönetimi Amerikan kamuoyundan Mihver Devletleri'ne karşı gerçekleştirilecek olan askeri harekatlarda destek alabilmek için propaganda disiplininin sıklıkla yararlanmıştı.

Propaganda Disiplininde Korku Çekiciliği'nin Kullanılması

Propaganda, belirli bir fikrin veya ideolojinin kitle iletişim araçları yoluyla kitlelere benimsetilmesini amaçlayan ikna odaklı bir iletişim türüdür (Jowett ve O'donnell, 2014: 1). Propaganda disiplininde kaynaktan alıcıya tek yönlü bir iletişim süreci meydana gelmektedir (Aziz, 2007: 15). Propagandacı kabul ettirmek istediği düşüncenin veya ideolojinin kitleler tarafından olduğu gibi kabul edilmesini amaçlamaktadır. Bu aşamada propagandacı pek çok farklı ikna yöntemini kullanabilmektedir. Bu yöntemlerin başında öfke, korku, hüzn vb. duyguların yer aldığı duygu çekicikleri gelmektedir. Propagandacı insanların duyguları üzerine etki oluşturarak kitleleri istenilen yönde etkilemeyi amaçlamaktadır. Bu süreçte propagandacılar tarafından en sık kullanılan duygu çekiciliklerinin başında korku çekiciliği gelmektedir.

İnsanların istenilen yönde ikna edilmesinde korku faktörü önemli bir rol üstenebilmektedir (Tanyeri Mazıcı ve Çakı, 2018: 292). Korku çekiciliği tekniğinde ise insanların istenmeyen bir davranışı yaptıklarında başlarına gelebilecek olası olumsuz sonuçların gösterilmesi veya hatırlatılması ile kitlelerin istenmeyen davranış yapmalarının engellenmesi amaçlanmaktadır. Korku çekiciliğinde kitleler üzerinde korku oluşturulması ve oluşturulan korku ile kitlelerin istenilen yönde ikna edilmesi amaçlanmaktadır (Janssens ve De Pelsmacker, 2007: 173).

Korku çekiciliği yöntemi günümüzde genel olarak reklam disiplini içerisinde kullanılmaktadır. Özellikle kamu spotu reklamlarında insanların kendilerine ve topluma zarar veren davranışlardan uzak durması için korku çekiciliği tekniğinde yararlanılmaktadır (Benet vd., 1993:46). Buna karşın kamuoyunun belirli bir konuda ikna edilmesi sürecinde de korku çekiciliği tekniğinden propaganda faaliyetlerinde sıklıkla yararlanılmaktadır. Örneğin, ABD'nin Afganistan (2001) ve Irak'ı (2003) işgalinde her iki ülkenin dünya için tehlike olduğunu eden Amerikan propagandasında korku çekiciliği tekniği kullanılmıştır.

Yöntem

Çalışmanın Amacı

İkinci Dünya Savaşı'nda ABD'nin korku çekiciliği bağlamında Japonya'ya karşı propaganda posterlerini nasıl ve ne yönde kullandığı ortaya koymak çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Böyle ABD'nin propaganda posterleri özelinde bir ikna tekniği olan korku çekiciliğinin propaganda disiplini içerisinde oynadığı rol açıklanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın Önemi

Çalışma;

- Propaganda ve korku çekiciliği kavramları arasındaki ilişkiyi açıklaması,
- İkinci Dünya Savaşı'nda ABD tarafından yürütülen propaganda faaliyetleri hakkında bilgi vermesi,
- Propaganda ve korku çekiciliği alanında sınırlı çalışmanın olması gibi nedenlerde dolayı önem taşımaktadır.

Çalışmanın Evreni ve Örnekleme

İkinci Dünya Savaşı döneminde ABD tarafından Japonya'ya karşı korku çekiciliği bağlamında propaganda amaçlı kullanılan tüm posterler çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Buna karşın tüm posterlere ulaşmanın güçlüğüne dolayı çalışmada örnek kullanılması kararlaştırılmıştır. Bu amaçla amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen beş ABD propaganda posterleri çalışmanın örnekleme olarak belirlenmiş ve analiz edilmiştir. Diğer posterlerin içerik bakımından benzer olması nedeniyle çalışma beş poster üzerinden sınırlandırılmıştır.

Çalışmanın Sınırlılıkları

Çalışmanın yalnızca beş propaganda posterleri üzerinden yürütülmesi ve elde edilen veriler çerçevesinde genellemelerde bulunulması çalışmanın temel sınırlılığını oluşturmaktadır.

Çalışmanın Soruları

Çalışma kapsamında aşağıdaki sorular oluşturulmuştur;

İkinci Dünya Savaşı'nda ABD tarafından Japonya'ya karşı korku çekiciliği bağlamında kullanılan propaganda posterlerinde;

- Hangi konular ön plana çıkarılmaktadır?
- Japonya korku unsuru olarak hangi metafor ve metonimiler üzerinden sunulmuştur?
- Japonya'ya karşı korku çekiciliği bağlamında hangi propaganda mitleri inşa edilmeye çalışılmıştır?

Çalışmanın Yöntemi

Çalışmadaki bulgular nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz yöntemi ortaya konulmuştur. Çalışma kapsamında belirlenen propaganda posterleri Fransız dilbilimci Roland Barthes'ın göstergebilim kavramları üzerinden analiz edilmiştir.

Analiz

Çalışmanın bu bölümünde, *Yıkım, Katil, İstila, Zulüm* ve *Yılan* başlıklı propaganda posterlerinin göstergebilimsel analizi yapılmıştır.

Göstergebilimsel analiz yöntemi, insanın günlük çevresinde yer alan ve iletişim boyutunda bir anlama sahip olan tüm göstergeler üzerinde inceleme yapan bir bilim dalıdır (Rifat, 2013: 99). Göstergebilimin temel amacı anlamlandırma sürecinde doğrudan kitleler tarafından ortaya konulabilen anlamı açıklamak değil, kültürel kodlar içerisinde şekillenen ve ilk bakışta herkes tarafından ortaya çıkarılmayan anlamlandırmaları çözümlenektir (Gazi ve Çakı, 2019: 58).

Göstergebilim analiz yöntemi üzerinde pek çok felsefecinin farklı kuram ve teorileri yer almaktadır. Bunlar içerisinde ön plana çıkanlardan biri de Fransız dilbilimci Roland Barthes'dır (Çakı, 2018c: 82). Barthes, göstergelerin anlamlandırılmasında düzanlam ve yanlam olmak üzere iki düzlemin olduğunu belirtmektedir (Arpa ve Çakı, 2018: 159). Düzanlam, göstergenin herkes tarafından algılanabilen anlamını, yanlam ise kültür içerisinde şekillenen öznel ve değişebilen anlamı açıklamaktadır (Barthes, 2016: 85). Çalışma kapsamında incelenen propaganda posterlerinde, ilk olarak propaganda posterlerinde görülen düzanlamlar, ardından da posterler Amerikan propagandası tarafından ortaya konulan yanlamlar çözümlenmiştir.

Yıkım Konulu Propaganda Posterleri

Yıkım konulu propaganda posterleri düzanlam boyutunda incelendiğinde, posterde iki başlı bir canavarın ABD'ye saldırdığı aktarılmaktadır. Görsel kodlar içerisinde canavarın başlarından birinde Alman Ordusu'na (Wehrmacht) ait bir miğfer ve gamalı haç simgesi, ikinci başta ise Japon İmparatorluk armasının olduğu belirtilmektedir. Alman miğferi taşıyan başın, Hitler'e ait bıyık ve saç kesimine sahip olduğu, Japon arması taşıyan başın ise sunum kodlarında Japonya Başbakanı Hideki Tojo'ya benzetildiği görülmektedir. Posterin arka fonu kırmızı bir tonda sunulmaktadır. Aynı zamanda büyük bir ateşin yakıldığı aktarılmaktadır. Yine görsel kodlar içerisinde canavarın bir elinde sökülmüş ABD'nin Özgürlük Heykeli'nin, diğer elinde ise meşale ve kanlı bir bıçak olduğu gösterilmektedir. Canavarın ağızlarından da kan aktığı betimlenmektedir. Canavarın üzerine doğru bir elinde İngiliz anahtarıyla saldırdığı görülmektedir. Saldırı üzerine de canavarın irkildiği aktarılmaktadır. Posterin hemen altında İngilizce "Stop this monster that stops at nothing... PRODUCE to the limit! This is your war! / Engel tanımayan bu canavarı durdurun. Haddini bildir. Bu senin savaşın" şeklinde yazılı kod bulunmaktadır.



Resim 1. Yıkım Konulu Propaganda Posterleri

(Kaynak: Gameofelite, 2019)

Propaganda posterleri yananlam boyutunda incelendiğinde, posterde canavar görselinin doğrudan Hitler ve Tojo'yu temsil ettiği görülmektedir. Diğer yandan her iki lider, Nazi Almanya ve Japon İmparatorluğu'nun metonimi olarak kullanılmaktadır. Her iki liderin canavar metaforu olarak temsil edilmesi ile Amerikan propagandasının Nazi Almanyası ve Japon İmparatorluğu'na yönelik Amerikan kamuoyunda oluşturulmaya çalışılan korku ögesinin etkisinin artırılması amaçlandığı söylenebilmektedir. Posterde Mihver Devletleri'nin ABD'ye saldırdığı belirten en önemli göstergenin özgürlük heykeli olduğu görülmektedir. Böylece propaganda posterinde canavar olarak temsil edilen her iki Mihver Devleti'nin ABD'yi yok etme planı içerisinde olduğuna yönelik propaganda miti inşa edilmeye çalışıldığı miti inşa edilmek istenmektedir. Canavar görselinin ağızlarındaki ve ellerinde kan göstergesi, ABD halkına yönelik yıkım ve zulmün bir temsili olarak kullanılmaktadır. Ayrıca arka fonda ateşi yanması, canavarın elinde meşale ve kanlı bıçağı tutması ve Özgürlük Heykeli'nin yerinden sökülmesi de canavarın ABD'yi yıkıma sürüklediğinin en somut göstergeler olarak aktarılmaktadır. Propaganda posterindeki görsel kodlarda beliren İngiliz anahtarı, ABD'yi temsil eden metonimi olarak kullanılmaktadır. Böylece posterde Mihver Devletleri'ni durdurabilecek yegane gücün ABD olduğu mesajı verilmektedir. Posterdeki yazılı kodlar doğrudan Amerikan halkını genel seferberliğe ve Mihver güçlere karşı mücadeleye çağırmaktadır. Posterdeki fiktif anlatım ile, Japonya'nın aslında görülen çok daha büyük bir tehlike olduğu algısı inşa edilmeye çalışılmıştır. Bu açıdan Amerikan halkının mücadeleye dahil olması gerektiği belirtilmektedir.

Katil Konulu Propaganda Posterleri

Katil konulu propaganda posterleri düz anlam boyutunda ele alındığında, koyu bir arka fon içerisinde elinde büyük bir bıçak taşıyan erkeğin, bir kadına arkadan saldırıya geçtiği aktarılmaktadır. Sunum kodlarında kadının korku içerisinde kaçtığı, erkeğin ise bir elini kadını doğru uzatarak onu yakalamaya çalıştığı görülmektedir. Adamın kadına yönelttiği

parmaklarının büyük sivri tırnakların olduğu betimlenmektedir. Görsel kodlar içerisinde adamın başında Japon İmparatorluk armasının olduğu aktarılmaktadır. Posterin hemen altında İngilizce büyük kırmızı puntolar "THIS IS THE ENEMY / DÜŞMAN BU" yazılı kodu kullanılmıştır.



Resim 2. Katil Konulu Propaganda Posteri

(Kaynak: Artifactsjournal, 2019)

Propaganda posteri yananlama açısından yorumlandığında, posterde elinde bıçakla saldırıya geçen adamın Japon askerlerinin, adamdan kaçmaya çalışan kadın görselinin ise ABD'li sivilin metonimi olarak kullanıldığı görülmektedir. Böylece Japonya tarafından Amerikan halkının tehlikede olduğu miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Japon askerinin elinde bıçağın bulunması ve uzun, sivri tırnaklı diğer eliyle kadını kavramaya kalkması ile Japon ordusuna yönelik Amerikan kamuoyunda korku ögesi oluşturulmaya çalışılmaktadır. Diğer yandan posterin arka fonunun karanlık gösterilmesi, Japon ordusuna yönelik korku algısını güçlendirmektedir. Japon askeri posterde katil metaforu olarak sunulmaktadır. Sunum kodları içerisinde kadın görselinin çaresizce kaçıışı, ABD'nin Japonya'ya müdahale etmediği taktirde Amerikan halkının gelecekte başına gelebilecek muhtemel senaryo olarak yansıtılmaktadır. Bu açıdan Amerikan halkının Japon işgali altında, zulüm ve şiddete uğramaması için ABD'nin Japonya'ya müdahale etmesi telkin edilmektedir. Posterdeki yazılı kod üzerinden de Japonya doğrudan düşman olarak aktarılmaktadır. Böylece korku faktörü kullanılarak tehlikeli olarak yansıtılan Japonya, aynı zamanda yazılı kodlar üzerinden de gerçek bir düşman olarak yansıtılmaktadır.

İstila Konulu Propaganda Posteri

İstila konulu propaganda posteri düzenlam açısından yorumlandığında, posterde bir dünya şeklini kanlı elleriyle tutan bir erkek görseline yer verilmiştir. Adamın elleri büyük ve kan içerisinde sunulmaktadır. Görsel kodlarda erkeğin Japonya İmparatorluk ordusuna ait asker bir üniforma giydiği ve Tojo'ya benzediği görülmektedir. Sunum kodlarında ise erkeğin kızgın bir şekilde Avustralya'nın bulunduğu yeri tuttuğu aktarılmaktadır. Diğer yandan kırmızı arkan

fon içerisinde adamın kafasına doğru damlaların aktığı yansıtılmaktadır. Posterin sağ üstünde İngilizce "You bit can help drive him mad! / Sınırlı etkin onu delirtmeye yarayabilir" yazılı kodu kullanılmaktadır.



Resim 3. İstila Konulu Propaganda Posterleri

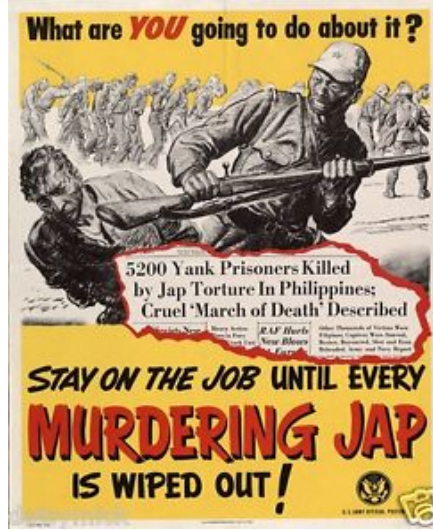
(Kaynak: Dokdo, 2019)

Propaganda posterleri yananlam boyutunda incelendiğinde, posterde fiktif bir anlatım kullanılarak Japonya'nın temsil edildiği görülmektedir. Görsel kodlar içerisinde Japonya dünyayı ele geçirmeye çalışan iki eli kanlı bir canavar olarak yansıtılmaktadır. Bu süreçte Japonya'yı temsil eden metonimi olarak Tojo'nun kullanıldığı görülmektedir. Tojo'nun iki eli kan içerisinde Avustralya'yı tutması, Japon İmparatorluğu'nun yayılmacı politika güderek çevresindeki ülkeleri işgal ettiğini mesajını vermektedir. Tojo'nun canavar olarak sunulması doğrudan Japonya'ya yönelik Amerikan kamuoyunda korku faktörünün oluşmasına yol açmaktadır. Nitekim posterin arka fonunu kırmızı sunulması da posterdeki kan görüntüleri ile birlikte korku duygusunu güçlendirmektedir. Posterde Japonya'nın kanlı bir istilacı olduğu mitinin Amerikan kamuoyunda inşa edilmeye çalışıldığı ortaya çıkmaktadır. Posterdeki görsel kodlar içerisinde Tojo'nun başına damlayan damlalar ise Amerikan kamuoyunun desteği olarak temsil edilmektedir. Böylece posterde korku çekiciliği tekniği içerisinde tehlike ve tehdit olarak sunulan Japonya'nın durdurulabilmesi için Amerikan halkının birlikte hareket etmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Zulüm Konulu Propaganda Posterleri

Zulüm konulu propaganda posterleri düzenlam boyutunda analiz edildiğinde, posterde Japon askerlerinin ABD'li esir askerleri bir yöne doğru götürdüğü aktarılmaktadır. Posterin arka planında bir Japon askerinin ABD'li esirlere vurduğu resmedilmektedir. Posterin merkezinde ise bir Japon askerinin tüfeğinin dipçığı ile bir ABD askerine vurduğu gösterilmektedir. Sunum kodlarında Japon askerinin sinirli, ABD askerinin ise bitkin ve yorgun olduğu yansıtılmaktadır. Posterin altında ve üstünde İngilizce "What are You going to do about it? Stay on the job until

every murdering jap is wiped out! / Bu konuda ne yapacaksın? Her katil japon silinene kadar iş başında kalın!" yazılı kodu kullanılmaktadır.



Resim 4. Zulüm Konulu Propaganda Posterini

(Kaynak: Caracas, 2019)

Propaganda posterini yananlam boyutunda incelendiğinde, posterde ABD'li esirlerin Japon askerler tarafından zulme uğradığı propaganda mitini inşa etmektedir. Japon askerinin, Japon Ordusu'nun, Amerikan askerinin de ABD Ordusu'nun metonimi olarak kullanılmıştır. Diğer bir deyişle Japon ve Amerikan askerleri, tüm Japon ve Amerikan askerlerinin temsili olarak ön plana çıkarılmıştır. Böylece propaganda mesajının genele hitap etmesi amaçlanmaktadır. Çalışma kapsamında incelenen propaganda posterleri içerisinde fiktif anlatıma başvurmayan tek propaganda posterinin zulüm konulu propaganda posterini olduğu görülmektedir. Diğer bir deyişle propaganda posterinde, canavar veya bir hayvan görseline yer verilmeden doğrudan ana karakterlerin görüntüsel göstergeleri sunulmuştur. Posterdeki görsellerin kitleler üzerindeki etkisini arttırabilmek için Japon askerlerinin işlediği suçları içeren bir gazete haberine de yer verildiği görülmektedir. Propaganda posterinde Japon askerlerin, Amerikan esirlere zulmettiği iddia edilmekte ve Japon askerlerin yenilmediği taktirde bu zulmün bitmeyeceği propaganda mesajı dolaylı olarak kitlelere aktarılmaktadır.

Yılan Konulu Propaganda Posterini

Yılan konulu propaganda posterini düzenlam açısından incelendiğinde, posterde bir ayağın iki yılanı ve bir kurbağayı ezmek için hamle yaptığı görülmektedir. Posterin arka fonu kırmızı renkte yansıtılmıştır. Görsel kodlarda yılanlardan birinin üzerinde Nazi Almanyası'na ait gamalı haçlar, diğerinde ise Japon İmparatorluğu'na ait armaların olduğu yansıtılmaktadır. Sunum kodları ise yılanlarda birinin hareketiz bir şekilde yer yattığı, diğerinin ise dilini ve dişlerini çıkararak saldırıya hazırlandığı aktarılmaktadır. Diğer yandan kurbağanın ise posterin sağ tarafında yaralı bir şekilde beklediği gösterilmektedir. Posterde İngilizce "Stamp

'em out! You and I. Beat your promise! / Başlarını ez! Sen ve ben! Sözünü tut!" yazılı kodu kullanılmaktadır.



Resim 5. Yılan Konulu Propaganda Posterleri

(Kaynak: Legion, 2019)

Propaganda posterleri yananlam açısından ele alındığında, posterde Nazi Almanyası ve Japon İmparatorluğu'nun ABD için büyük bir tehlike taşıdığı mesajının verildiği görülmektedir. Görsel kodlar içerisinde Nazi Almanyası ve Japon İmparatorluğu'na yönelik Amerikan kamuoyunda korku oluşturmak için her iki ülke yılan metaforu olarak sunulmuştur. Yılanların saldırı, her iki ülkenin işgallerini temsil etmek için kullanılmıştır. Posterdeki sunum kodlarında yılanlar bitkin bir halde aktarılmaktadır. Posterde yılanlara doğru yönelik tekme görseli ve üzerinde yazılı "Sen ve Ben" yazılı kodları ile de ABD temsil edilmektedir. ABD'nin Nazi Almanyası'na ve Japon İmparatorluğu'na karşı mücadelesi, yılan ve tekme görselleri ile aktarılarak her iki ülkenin Amerikan kamuoyu için büyük bir tehdit oluşturduğu miti inşa edilmeye çalışılmaktadır. Posterde yılan görselleriyle oluşturulan korku duygusuyla Amerikan kamuoyunun Mihver Devletleri'ne karşı seferber olması istenmiştir. Posterdeki yazılı kodlar üzerinde de, görsel kodlardan verilen anlamın algılanmasının kolaylaştırılması amaçlanmıştır.

Sonuç

Amerikan propaganda posterlerinde genel olarak Japonya'nın ABD'yi işgal edeceğine yönelik algının oluşturulmaya çalışıldığı görülmüştür. Posterdeki görsellerde Japonya'nın ABD'yi işgal etmesinde durumda, ülkede büyük bir yıkıma ve zulme neden olacakları propaganda posterlerinde sunulmuştur. Böylece Amerikan propagandası ABD'nin Japon işgalinin önlenmesi için harekete geçmesi telkin edilmiştir. Kitleler propaganda posterlerinde başlarına gelebilecek muhtemel olumsuz sonuçlar gösterilerek, savaşa yönelik kamuoyuna destek

vermeleri için ikna edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla Amerikan propagandasının posterler üzerinden Amerikan kamuoyunda Japonya'ya karşı korku faktörünü arttırabilmek için Japon İmparatorluğu'nu canavar ve hayvan metaforları üzerinden yansıttığı görülmektedir. Bu yolla posterlerde Japonya'nın aslında görülenden çok daha fazla tehlikeli olduğu ve ona karşı önlem alınması gerektiği telkin edilmiştir. Posterlerde kullanılan görseller, Japon askerlerinin metonimi olarak kullanılmıştır. Böylece posterde yer alan göstergeler üzerinden Japonya ile ilgili genellemeler yapılabilmektedir.

Propaganda posterleri üzerinden Japonya ile ilgili sürekli olarak olumsuz mitlerin inşa edilmeye çalışıldığı görülmektedir. Japonya'nın; esir Amerikan askerlerine zulmettiği, işgal ettiği ülkeyi yıkıma sürüklediği, işgal altında bulunan ülkedeki sivilleri katlettiği vb. olumsuz mitler üzerinden Amerikan kamuoyunda Japonya'ya karşı korku oluşturulmuştur. Bu korku propaganda posterlerindeki görsel ve yazılı kodların kombinasyonu içerisinde Japonya'ya karşı nefret söylemine dönüşmüştür. Amerikan propagandası bu şekilde korku duygusunun seviyesini arttırarak Amerikan halkının Japonya'ya karşı seferber olmasında, korku çekiciliği tekniğini itici bir kuvvet olarak kullanmıştır. Nitekim posterlerde büyük bir tehlike olarak sunulan Japonya'nın durdurulabilmesi için Amerikan halkının topyekun seferber olmasının önemi üzerinde durulmuştur.

Çalışma kapsamında İkinci Dünya Savaşı'nda ABD tarafından Japonya'ya karşı korku çekiciliği bağlamında kullanılan propaganda posterleri analiz edilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular ABD propaganda posterleri özelinde propaganda disiplini kitlelerin ikna edilmesinde korku çekiciliği tekniğinin nasıl ve ne yönde kullanıldığını ortaya koymaktadır. Buna karşın mevcut çalışma propaganda disiplini içerisinde korku çekiciliği tekniğinin kitleler üzerindeki etkisini yansıtmamaktadır. Bu açıdan gelecek çalışmaların propagandada korku çekiciliğinin kullanılmasını ele alan saha çalışmalarına yönelmeleri alana katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Akarcalı, S. (2003). *İkinci Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Artifactsjournal (2019). "Katil Konulu Propaganda Posterleri", <https://artifactsjournal.missouri.edu/2012/03/wwii-propaganda-the-influence-of-racism/>, Erişim Tarihi: 08.01.2019.
- Arpa, M. (2018). İş Güvenliğini Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Korku Çekiciliği Kavramının Kullanılması. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 105-115.
- Arpa, M. & Çakı, C. (2018). İş Kazalarını Konu Alan İş Güvenliği Reklamlarında Duygusal Çekiciliklerin Kullanımı: Avustralya ve Singapur İş Güvenliği Reklamları Üzerine İnceleme. *SGD-Sosyal Güvenlik Dergisi*, 8(2), 153-172.
- Aziz, A. (2007). *Siyasal İletişim*. 2. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Barthes, R.(2016). *Göstergebilimsel Serüven*. Çev., Mehmet Rifat, Sema Rifat. 8. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Benet, S., Pitts, R. E., & LaTour, M. (1993). The Appropriateness of Fear Appeal Use for Health Care Marketing to The Elderly: Is It OK to Scare Granny?. *Journal of Business Ethics*, 12(1), 45-55.
- Caracas Chronicles (2019). "Zulüm Konulu Propaganda Posterleri", <https://www.caracaschronicles.com/2009/06/05/the-rich-are-not-human/>, Erişim Tarihi: 08.01.2019.
- Çakı, C. (2018a). Weimar Cumhuriyeti'nde Bolşevizm'in Korku Çekiciliği Bağlamında Alman Propaganda Posterlerinde Kullanımı. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 5(16), 83-101.
- Çakı, C. (2018b). Birinci Dünya Savaşı'nda Propaganda Amaçlı Kullanılan Posterlerin Korku Çekiciliği Bağlamında İncelenmesi: Büyük Britanya Örneği. *Atatürk İletişim Dergisi*, (15), 111-136.
- Çakı, C. (2018c). Birinci Dünya Savaşı'ndaki Alman Propaganda Kartpostallarında Kullanılan Karikatürlerde Türklerin Sunumunun Göstergebilimsel Açından İncelenmesi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (29), 73-94.
- Çakı, C. (2018d). İkinci Dünya Savaşı'ndaki Propaganda Savaşlarında Çizgi Filmin Rolü: Nazi Almanyası ve Amerika Birleşik Devletleri Üzerine İnceleme. *Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları E-Dergisi*, 1(2), 51-63.
- Dokdo (2019). "İstila Konulu Propaganda Posterleri", <https://www.dokdo-takeshima.com/the-dokdo-takeshima-dispute-why-asia-distrusts-japan.html> Erişim Tarihi: 08.01.2019.

- Gazi, M., Çakı, C., Gülada, M. O. (2018). İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyet Kült Lider Propagandasında Vladimir Lenin ve Joseph Stalin'in Sunumu. *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi*, 1 (2), 25-42
- Gazi, M. & Çakı, C. (2019). Şili Ulusal İnsan Hakları Örgütü'nün Göçmen Ayrımcılığına Karşı Hazırlanan Kamu Spotu Reklamları Üzerine İnceleme. *Göç Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 50-77.
- Gülada, M. O. (2018). Korku Çekiciliği Kavramının Trafik Kazalarını Konu Alan Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 131-143.
- Gülada, M. O., Gazi, M. A., & Çakı, C. (2019). Nazi Propagandasının Ulusal Seferberlikte İdealize Ettiği Alman Genç Kızları: "Das Deutsche Mädel" Dergisi Üzerine İnceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 1079-1100.
- Gameofelite (2019). "Yıkım Konulu Propaganda Posterleri", [https:// gameofelite. wordpress. com /2016/07/01 /wwii- propaganda -posters/](https://gameofelite.wordpress.com/2016/07/01/wwii-propaganda-posters/), Erişim Tarihi: 08.01.2019.
- Hart, B. L. (2015). *İkinci Dünya Savaşı Tarihi*. Çev., Kerim Bağrıaçık. İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Janssens, W., & De Pelsmacker, P. (2007). Fear Appeal in Traffic Safety Advertising: The Moderating Role of Medium Context, Trait Anxiety, and Differences Between Drivers and Non-Drivers. *Psychologica Belgica*, 47(3), 173-193.
- Jowett, S. G. & O'donnell, V. (2014). *Propaganda & Persuasion*. USA: Sage.
- Karaca, M. (2018). Propaganda Aracı Olarak Sinema: Büyük Diktatör Filminin Alımlama Analizi. *International Journal of Entrepreneurship & Management Inquiries (EMI)*, 2(2), 35-54.
- Keegan, J. (2016). *İkinci Dünya Savaşı*, Çev. Samet Öksüz, İstanbul: Say Yayınları.
- Legion (2019). "Yılan Konulu Propaganda Posterleri", [https://www. legion. org/ posters? page =3](https://www.legion.org/posters?page=3), Erişim Tarihi: 08.01.2019.
- Macksey, K. J.(2012). *İkinci Dünya Savaşı'nda Askeri Hatalar*. Çev., M. Tanju Akad. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- McNab, C. (2015). *Hitler'in Ordusu, Nazi Savaş Makinesinin Tarihi, 1939-1945*, Çev., Okan Doğan. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Rifat, M. (2013). *Açıklamalı Göstergibilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- Tanyeri Mazıcı, E. ve Çakı, C. (2018) Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 290-306.
- Zorlu, Y., Çakı, C., Karaca, M. (2017). "Türk Sinemasında Nazizm İdeolojisi: 'Kırımlı' Filmi ve Göstergebilimsel Analizi". *Sosyoloji Konferansları - Istanbul Journal of Sociological Studies*. No: 56 (2017-2). / 65-93.

Cumhur İttifakı Oluşum Sürecinde Ak Parti ve MHP Liderlerinin Nasıl Bir İkna Dili Kullandığı; Parti Grup Toplantıları Örneği

How The Ak Party and MHP Leaders Used Conversation in the Republic Alliance Formation Process; Party Group Meetings Example

Mehmet ULAŞ - Dr. Alper YILMAZ†*

Başvuru Tarihi: 17.10.2019

Kabul Tarihi: 25.10.2019

Özet

Siyasal ikna, demokratik toplumlarda siyasal iletişim alanının başlıca unsurlarından biridir. Siyasi liderler hedef kitle karşısında yapmış olduğu konuşmalarda ikna edici bir dil kullanarak hedef kitlenin zihinsel dünyasına konumlandırmak istediği mesajları gönderirler. Retorik prensipler çerçevesinde siyasi parti liderleri tarafından icra edilen konuşmalar ikna edici ifadeleri barındırmaktadır. Bu çalışmada ikna, siyasal ikna ve liderlik kavramlarının yanı sıra Türkiye’de kurulan seçim ittifakları ve ittifak sürecinin değişimi, Cumhuriyet İttifakının inşaa süreci gibi konularının üzerinde durulduktan sonra Cumhuriyet İttifakının oluşumunda Ak Parti ve Milliyetçi Hareket Partisinin liderlerinin grup toplantılarındaki ikna dili içerik çözümlemesi yöntemiyle incelenmiştir. 6 Mart-15 Mayıs 2018 tarihleri arasında Ak Partinin 8, Milliyetçi Hareket Partisinin ise 5 grup toplantısı incelenmiştir. Bu çalışma Cumhuriyet ittifakının konuşmalarda kaç kez, hangi bölümlerinde ve hangi konular içerisinde dile getirildiği, liderlerin birbirlerini nasıl ve hangi sıfatlar ile tanımladığı, ittifakın üzerine temellendirildiği olgu ve geleceğine yönelik tasavvurlar, millet ittifakına yönelik söylemler, en çok eleştiri yapılan noktalar ve en çok eleştirilen partiler gibi parametrelerin üzerine kurulmuştur.

Anahtar Sözcükler: İkna, Cumhuriyet İttifakı, Siyasi Lider, Grup Toplantıları

* Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Öğrencisi, mehmetulas444@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6131-7509

† İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, alper.yilmaz@inonu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6602-3657

Abstract

Political persuasion is one of the main elements of political communication in democratic societies. In his speeches against the target audience, political leaders use persuasive language to send messages that the audience wants to position in the mental world. The speeches conducted by political party leaders within the framework of rhetorical principles contain convincing statements. This study convinced, political persuasion and as the concept of leadership as change of electoral alliances and alliance processes established in Turkey, Cumhuriyet Convincing language in Alliance after focused on the issues such as the process of building Cumhuriyet Alliance for the formation of the AK Party and group meeting of the leaders of the Nationalist Movement Party content analysis was investigated by the method. Between 6 March and 15 May 2018, 8 group meetings of the AK Party and 5 group meetings of the Nationalist Movement Party were examined. In this study, how many times, in which parts of the Republic alliance speeches and in what subjects, the leaders defined each other and with what adjectives, the fact that the alliance was based on, and the views about the future of the alliance, the most criticized points and the most criticized parties It is built on such parameters.

Keywords: Persuasion, Republican Alliance, Political Leader, Group Meetings

Giriş

İnsanlarda olduğu gibi siyasi partilerde iletişim sürecini belli amaçlar elde etmek için inşa ederler. Siyasi partilerin bu inşa sürecindeki temel amacı diğer partileri geride bırakarak iktidarı elde etmek ve ülke yönetimini ele almaktır. Önemi artan siyasal iletişim sürecindeki en önemli etken ise hedef kitlenin istenilen yönde ikna edilmesi ve bu bağlamda rıza sağlanarak meşruiyetinin elde edilmesidir. Siyasal ikna sürecinde bir siyasi partinin temelini oluşturan gelenek, çekirdek kadrosunu oluşturan kişiler, geleceğe yönelik hedefleri, en alt tabanında yer alan kişilerden en üst konumda yer alan kişisine kadar vb. daha birçok unsur son derece önemli bir yer edinmiştir. Fakat siyasal ikna sürecindeki en önemli unsurların başında siyasal liderler gelmektedir. Siyasal lider, siyasal topluluğun başında bulunarak, var olan topluluğu amaçları doğrultusunda kanalize eden, üyelerin bireysel bazdaki amaçları ile topluluk amaçlarını koordineli bir hale getiren ve bu bağlamda üyelerde kolektif bir bilinç oluşturarak siyasal topluluğu yükseltme gayreti içerisindeki kişiler olmaları nedeniyle en önemli unsurların başında yer almaktadır. İletişimsel süreç içerisinde baş aktör konumunda olan kaynak alıcı durumunda olan hedef kitlesine çeşitli kanallar vesilesi ile mesajlar gönderir. Gönderilen mesajlardaki temel unsur hedef kitleyi bir duygu, düşünce veya konu hakkında ikna etmektir.

Siyasi liderlerde kaynak durumunda olup hedef kitlesi olan seçmeni ikna çabası içindedirler. Bu bağlamda liderlerin ikna dili son derece önemlidir. Liderler çeşitli platformlarda hedef kitlelerine seslenerek istenilen noktad hedef kitlesini ikna etme çabası içerisindedirler. Bu çabanın gerçekleştirilmeye çalışıldığı platformlardan bir tanesi de meclisteki parti grup toplantıdır. Bu durumda şüphesiz parti liderlerinin kaynak konumunda olarak hedef kitlesini ikna etme sürecinde grup toplantılarını ve liderlerin kullandığı ikna dilinin önemini arttırmıştır. Bu çalışma Cumhuriyet İttifakının kurucuları olan Ak Parti ve Milliyetçi Hareket Partisi liderlerinin 6 Mart-15 Mayıs 2018 tarihleri arasındamecliste gerçekleştirmiş oldukları grup toplantılarında kullanmış oldukları ikna dilini incelemektedir. Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın 8, Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin ise 5 tane grup toplantısı incelenmiştir. İçerik analizi yöntemiyle değerlendirme yapılmıştır.

İkna Kavramı

İkna eylemi genel anlamda, hedef kitlede bulunantutumları değiştirmek üzere inşa edilen ve temelinde şiddet olmayan faaliyetlerin bütünü olarak tanımlanabilir. İkna kavramı Arapça bir kökene sahiptir ve “bir konuda karşı tarafı inandırma, kandırma, kanaat ettirme veyahut da razı etme” anlamı taşımaktadır. Kandırma eyleminde asimetrik iletişim temelli bir aldatma işlemi bulunmakta fakat inandırma eyleminde ise karşılıklı yani simetrik iletişim temelli rızanın önemine dikkat çekilmektedir(Anık, 2000). Kavramsal karşılığı bakımından “inandırma ve kandırma” anlamına gelen bu kavram bünyesinde her ne kadar hoş olmayan, olumsuz anlamlar barındırır da, yaşadığımız toplumsal yapı içerisinde günlük hayatın pratikleri göz önüne alındığında ve özellikle siyasal iletişim sürecinin inşasında, oldukça önemli bir yeri olduğu göz ile görülen bir gerçekliktir. Siyasal partiler, hem ideolojilerini benimsetmek, hem de seçimlerde rakiplerini alt edebilmek amacıyla; kısacası var olan yapı içerisinde iktidara sahip olmak için siyasal iknayı doğru bir şekilde kullanmak durumundadır. Bu şekilde, zor kullanmadan, rıza inşa edilerek, halkın, demokratik katılım şartlarında, iradelerine etki etmek veyahut manipüle etmek mümkün olmaktadır.

Siyasi hamlelerin yürütüldüğü tüm zamanlarda ve bütün iletişim uygulamalarında en başta siyasi liderler tarafından olmak üzere siyasetin içinde yer alan siyasal aktörlerce göz ardı edilmeksizin doğru teknikler kullanılarak işletilmelidir. Bu süreçte ikna kavramı ön plana çıkmaktadır. İletişimin temel unsurlarından birini oluşturan ikna kavramının pek çok tanımı bulunmaktadır. Bunlar içerisinde Bettinghaus'ın ikna tanımı ön plana çıkmaktadır. Bettinghaus'a göre ikna kavramı “bir bireyin (kaynağın) mesaj aktarması ile başlayan, başka bir birey (alıcı) ya da bireylerin davranışlarını, düşüncelerini değiştirmeye yönelik olarak tasarlanan bilinçli girişimde bulunmaları” olarak tanımlanmaktadır. Buradan bakıldığı zaman Bettinghaus'a göre, iknayı oluşturan ana etkenlerin bilinçli niyet, tavır değiştirme ve bunların yanı sıra mesaj aktarımı olduğu görülmektedir. Bazı tanımlamalarda da bunlara motivasyon, manipülasyon ve tutumlar da eklenerek, ikna sürecini oluşturan anahtar etkenler, kavramlar ortaya çıkarmaktadır. Anık (Anık, 2000), bu anahtar kavramları:

- Bilinçli bir niyet ya da kalkışma,

- Bireyi mobilize ya da motive etmek,
- Bireyin hareketinin yönüne tayinetme ya da manipülasyon,
- Davranış değiştirme, kalıplandırmak ya da etkileme,
- Mesajları nakletmek olarak gruplandırmaktadır. Buradaki mesaj görsel, işitsel, yazılı, basılı, sözlü ve sözsüz olabildiği gibi, iletişimin her türlü araçları kullanılarak da gerçekleştirilmektedir.

Siyasi Liderlik ve İkna

İkna sürecinin istenilen şekilde olumlu sonuçlanması için gerekli olan temel unsur kaynaktır. Kaynağın inanırılığı ve bunun yanında güvenilirliği iknayı olumlu anlamda etkileyen önemli faktörlerdir(Tutar, 2012). Kaynağın bu inanırılığı ve bu güvenilirliği mesajın kim tarafından aktarıldığı ile ilgilidir(Madran, 2012).Kaynağın kim ya da başka bir ifade ile ne olduğu hedef kitle açısından son derece büyük anlam taşımaktadır. Kaynağın kimliği bu süreçte hedefin kendisine aktarılan mesaja güvenmesini ya da güvenmemesi noktasında etkili role sahiptir.

İnanırılık iki temel faktöre bağlıdır. Bunlar; saygın olmak ve güvenirlidir(Tutar, 2012). Saygın ve güvenilir temel üzerine inşa edilmiş bir kaynaktan aktarılan mesaj, saygın ve güvenilir kimliği olmayan kaynaktan aktarılan aynı mesajdan çok daha fazla tutum değişimi meydana getirmektedir. Saygınlık kavramı ise daha çok genel yapı ile ilgili bir özelliktir ve ikna süreci, iletişim sırasında alıcı yani hedef kitle tarafının kaynağa duyduğu saygı seviyesiile ilgilidir. Saygınlık gereksinimleri iki aşamadan oluşur. Birincisi bireyin başkaları tarafından sevilip saygı görmesi, ikincisi de bireyin kendini takdir edip kendi kendine saygı göstermesidir. Yüksek saygınlığı olan kaynaktan gelen mesaj daha kolay kabul edilmekte ve buna bağlı olarak da iknanıngücü ve etkisi alıcı üzerinde artmaktadır. Araştırmalar, verilen mesajın içeriğinin belli bir mantıksal yapı üzerinde toplanmasından çok, kaynağın güvenilir olması ve mesajların hedef kitlenin inanma çerçevesi içerisinde yapılandırılmasının, genelde ikna sürecine olumlu yönde etki ettiğini belirlemiştirlerdir (Yüksel, 2005)

Kısacası siyasal ikna sürecinde hedef kitleyi harekete geçirme, tutum ve davranışlarında değişiklik meydana getirme işlemi iknanın gücü ile ortaya çıkmaktadır. İkna sürecinin doğru ve sistemli bir şekilde inşa edilmesi ve bir ikna sanatı olan retorik ile girift bir ilişiki içinde oluşturulması iknayı başarılı kılacak temel unsurlardan bir kaçıdır. Sürecin inşasından sonra sürecin ana aktörü yani siyasal liderin de kimliği, tarzı, saygınlığı, samimiyeti ve güvenilirliği ikna sürecinde son derece önemlidir.

Türkiye’de Kurulan Seçim İttifakları ve İttifak Sürecinin Değişimi

Dünya üzerinde demokrasiyi içselleştirmiş ülkelerin nazarında seçimler demokratik siyasal yaşamın sürdürülebilirliği açısından en önemli unsurlarından biri olarak görülmektedir. Dolayısıyla vatandaş odaklı bir politik hayatın oluşmasına aracılık eden temel faktör seçimlerdir diyebiliriz. Bu açıdan baktığımızda vatandaşlarının taleplerinin iktidar nezdinde vuku bulmasında seçimler geçmişten bugüne her zaman önemli bir yer teşkil etmiştir. Elbette bu süreç sadece yönetilen tarafından önemsenen bir konu değildir, aynı zamanda elde edeceği iktidar ile yöneten konumunda olmak isteyen partiler içerisinde zihinsel bir altyapısı olan ve

yönetmeye talip olan erkler için de aynı derecede öneme sahiptir. Partiler nezdinde bunu yakalamanın ya kanun çerçevesinde belirtilen belli sayıdaki milletvekili sayısına ulaşmak ya da seçim öncesinde diğer partilerle bir ittifak sürecine dâhil olmaktır.

Seçim ittifakları siyasi partilerin seçimlerde iş birliği yaparak iktidar olma ya da mecliste temsil edilme esasına dayanmaktadır. İttifaklar kuruluş biçimine göre temel olarak seçim öncesi ve sonrası şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Seçim sonrası ittifaklar farklı partilerin hükümeti kurma sürecinde bir araya gelerek iş birliği yapması şeklinde görülmektedir. Gerek parlamenter sistem gerekse de başkanlık sistemi olsun siyasal sistemlerde seçim ittifaklarına sık sık başvurulduğunu söyleyebiliriz. Bu ittifaklara genel bir çerçevede baktığımızda ittifakların seçimler öncesi ve sonrasında beraber çalışılacağına dair protokol ile veya ortak bir çatı altında seçimlere gitme ya da ortak bir liste altında seçim adaylarını belirleme şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Seçim ittifaklarının oluşumu üzerinde etkili olan unsurların baş aktörü seçim sistemleridir. Örneğin nispi temsil sistemi uygulanmayan ülkelerde seçim öncesi ittifaklar daha yaygınken uygulanan ülkelerde ise ittifaklar ağırlıklı olarak seçim sonrasına bırakılır. Bu durum seçim ittifaklarının seçim sisteminin orantısızlıkları sebebiyle ortaya çıktığını ve seçim kuralları ne kadar orantısız olursa siyasi partilerin bu kurumsal engellerin üstesinden gelmek için seçim ittifakı oluşturma ihtimallerinin o kadar yüksek olduğunu vurgulamaktadır. Konu ile ilgili genel değerlendirmelere baktığımızda orantısız seçim sistemlerinde sistemsel aksaklıklar nedeniyle alınan oy ile mecliste elde edilen sandalye sayısı arasında ciddi bir orantısızlıkla karşılaşıldığını söyleyebiliriz. Böylesi bir durumda partilerin bu orantısızlığın getireceği dezavantajlardan kurtulmasının yolu seçim ittifakları aracılığıyla güçlerini birleştirmelerinden geçmektedir.

Seçim ittifaklarında görülen başka bir uygulama modeli ise bir partinin diğer parti ya da partiler lehine bazı bölgelerdeki seçimlerden çekilme kararını kamuoyuna açıklamasıdır (M. & Duran, 2018). Dolayısıyla farklı partilerin bir araya gelerek genelde hükümeti kurma sürecinde iş birliği yapması ve koalisyon oluşturması seçim ittifaklarının sonucudur diyebiliriz. Bu çerçeveden baktığımızdan Türk siyasal hayatında 76 yıla dayanan ittifak serüveninde önemli dönüm noktaları olmuştur. 1946'da Demokrat Parti'nin kurulmasıyla çok partili hayatla tanışan Türkiye'deki siyasal hayatın ilk ittifak izleri de 1950 tarihine rastlıyor. Adnan Menderes ve arkadaşlarının tek başına iktidara geldiği 14 Mayıs seçimleri öncesinde CHP iktidarına denk gelen düzenlemede seçim yasasına "müşterek aday listesi veren partiler o seçim çevresinde bir parti sayılırlar" hükmü ittifak olarak telaffuz edilmese de günümüz siyaset bilimcilerinin referans aldığı ilk metin olarak değerlendirilmektedir. Bu süre zarfında partiler arasındaki ittifakların serencamına baktığımızda genellikle seçimler arasında çok farklılık gözetilmeyen partiler arasında ittifaklar olmamakla birlikte, bazen de mevcut iktidarı düşürmek adına ideolojileri hiçbir surette örtüşmeyen partilerin bir araya geldiğini söyleyebiliriz. Türkiye siyasetinin son on yıllık serüvenine baktığımızda böylesi ittifakların hafızamızda hala canlılıklarını koruduklarını söyleyebiliriz. Geçmişte daha çok hükümet kurma söylemleri üzerinde şekillenen ittifakların günümüzde iktidarı devirme argümanları etrafında şekillendiğini söyleyebiliriz. Özellikle Referandum Seçimi, Cumhur İttifakı sürecinde muhafazakâr söylemleri ile ön plana çıkan Saadet Partisi ile seküler söylemler, laiklik ve irtica kavramları üzerinden siyaset üretme gayreti içinde olan Cumhuriyet Halka Partisi ve sonradan eklemlenen HADEP'I örnek olarak verebiliriz. Bu süreçte partiler arasındaki ideolojik

yakınlık ve uzaklık meselesinin çok fazla gündemde tutulmadığı, partiler arası ittifak kurma bileşenleri arasında yer almadığını rahatlıkla söyleyebiliriz.

Cumhur İttifakının İnşa Süreci

Cumhur ittifakı ilk defa ve resmi olarak 24 Haziran 2018 genel seçimleri için kurulmuştur. Fakat ittifakın oluşum sürecine alt yapı oluşturan gelişmeler daha eskiye, 15 Temmuz 2016 darbe girişimi sonrasında kadar gitmektedir. Devletin karşı karşıya olduğu iç ve dış tehditlere önlem almak amacıyla Olağanüstü Hal ilanı konusunda özellikle Adalet ve Kalkınma Partisi ile Milliyetçi Hareket Partisi tam mutabakat içerisinde oldu. Bu süreçte Olağanüstü Hal ilk olarak 21 Temmuz 2016 tarihinde ilan edildi.

15 Temmuz darbe girişimi sonrasında darbeye karşı ortak tavır koymak amacıyla TBMM’de grubu olan üç siyasal parti “Demokrasi ve Şehitler Mitingi” adıyla İstanbul Yenikapı’da bir miting düzenledi. Mitinge Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti), Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) VE Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) katılırken Halkın Demokrasi Partisi (HDP) davet edilmedi. Liderler tarafından yapılan konuşmalarda meselenin siyasal partilerle ilgili olmayıp vatani ilgilendiren bir mevzu olduğu, dolayısıyla milli birlik anlayışı içerisinde hareket etmek gerektiği vurgulandı (<http://www.milliyet.com.tr>, 2016).

Bu mitingle beraber AK Parti ile MHP arasındaki siyasi yakınlaşma süreci hızlandı. Devletçi ve milliyetçi söylemin siyasette belirginleşmesi iki partiyi psikolojik olarak ta yakınlaştırdı. Bu süreçte yaşanan Fırat Kalkanı, El Bab ve Afrin Harekatı konusunda MHP, AK Parti’ye tam destek verdi. PKK ve FETÖ terör örgütlerine karşı pozisyonları örtüşen iki parti için ittifakın sosyolojik çerçevesi de şekillenmeye başladı.

MHP’nin AK Parti ile yakınlaşmasına etki eden faktörlerden biri de 1 Kasım 2015 seçimleri sonrasında MHP’nin kendi içerisinde yaşadığı dalgalanmalardır. Parti içi muhalefet sebebiyle sıkıntılı bir dönem geçiren MHP 15 Temmuz süreciyle beraber keskin bir siyaset değişikliği ile AK Parti’ye yakınlaşmıştır. Bahçeli, parti içerisinde yaşanan sıkıntıları FETÖ ile ilişkilendirmiş ve AK Parti ile birlikte hareket etme yoluna gitmiştir.

11 Ekim 2016’da Devlet Bahçeli yönetim sisteminde seçilmiş cumhurbaşkanı ile hükümet arasındaki çift başlılığı ortadan kaldırmak için fiili durumun hukuki bir boyut kazanması gerektiğini söyleyerek AK Parti’nin sistem değişikliği önerisini meclis gündemine getirmesini istedi (<http://www.cumhuriyet.com.tr>, 2016). Bu süreçte iki parti ittifakın çatısını oluşturma çalışmalarına başladı. MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli 30 Kasım 2017 tarihinde Star Tv ana haberde ittifaka Cumhur ittifakı adını verdi. İki parti arasındaki görüşmelerin resmi bir ittifaka evrilmeye başladığı bu dönemde iki parti kendi tabanlarına da ittifakın içeriğini ve nedenlerini anlatma yoluna gittiler. Temel argümanlar; 15 Temmuz sonrasında devletin ve milletin karşı karşıya kaldığı tehlikelerin birlik olarak bertaraf edilmesi ve yeni siyasal sistemin devreye sokulması idi (Ete, 2018). AK Parti ve MHP’li üyelerden müteşekkil heyetin katılımıyla hazırlanarak Meclis’e sunulan teklif, 21 Ocak 2017’de 339 oyla kabul edildi ve referandum sürecine girilmiş oldu. 20 Şubat 2018 tarihinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, partisinin grup toplantısından sonra gazetecilere verdiği demeçte ittifakla ilgili olarak

"Genel Başkanlar olarak bu konuda mutabık kaldık. İttifakın ismine 'Cumhur ittifakı' diyebiliriz" ifadelerini kullandı. Böylece daha önce Bahçeli'nin ittifak için zikrettiği ismin altı AK Parti tarafından da çizilmiş oldu. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne geçiş de yasal dayanak oluşturan Anayasa değişikliği 16 Nisan 2017 tarihinde yapılan referandum ile kabul edildi. Bu referandumda AK Parti, MHP, BBP ve Huda-Par Evet blokunu oluştururken CHP, HDP, SP ve Hayır blokunu oluşturuyordu. Bu referandumda Evet blokunun kazanmasına rağmen 1 Kasım'daki toplam oy oranının çok altına düşmesi ittifak sürecini tetikleyen çok önemli bir nokta oldu. Özellikle İstanbul ve Ankara en büyük iki şehirde Hayır oylarının daha fazla çıkması iki partinin politikalarını tamamen ittifak süreci bağlamında şekillendirmelerine yol açtı. Öncelikli olarak partiler için var olan %10 seçim barajından bağımsız olarak ittifak yapılmasını sağlayacak yasal düzenlemelerin oluşturulması yoluna gidildi. İlgili düzenleme 21 Şubat 2018'de meclise sunulmasının ardından 13 Mart 2018'de kabul edildi. Konunun geldiği nokta artık seçim sürecinin konuşulması gibi bir sonucu beraberinde getirdi. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin fiili olarak Kasım 2019'da yapılacak genel seçimlerle yürürlüğe gireceği kararlaştırılmıştı ancak Devlet Bahçeli seçimin 26 Ağustos 2018'de yapılmasını önerdi. Fakat daha sonra Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli arasında 18 Nisan 2018 tarihinde yapılan görüşmede seçimlerin 24 Haziran 2018'de yapılmasına karar verildi (<https://www.ntv.com.tr>, 2018). 20 Nisan'da da erken seçim kararı TBMM'den geçti.

Cumhur ittifakının seçimle ilgili söylemlerini şu hususlar üzerine inşa ettiği görülmüştür: yönetimdeki iki başlılığın ortadan kaldırılarak istikrarın sağlanması, vesayet odaklarına karşı hızlı mücadele, güçlü hükümet mekanizması oluşturulması, koalisyon hükümetleri dönemine bir daha dönülmemesi.

24 Haziran 2018 tarihinde yapılan seçimi Millet İttifakı karşısında Cumhur İttifakı kazandı. %53,6 oy alarak 344 milletvekili ile TBMM'de yer almaya hak kazandı. İttifakın Cumhurbaşkanı adayı olan Recep Tayyip Erdoğan ise %52,6 oy alarak yeni sistemin ilk cumhurbaşkanı seçildi.

Araştırmanın Metodolojisi

Amacı ve Önemi

Yapılan bu araştırma Cumhur İttifakının oluşumu sürecinde Ak Parti ve Milliyetçi Hareket Partisi liderlerinin ikna dili kullanımını incelemektedir. Çalışma kapsamında iki siyasi partinin de 6 Mart-15 Mayıs 2018 tarihleri arasında gerçekleştirdikleri grup toplantıları incelenmiştir. Bu çalışma, siyasi parti liderlerinin grup toplantılarında cumhur ittifakının oluşumu sürecinde nasıl bir ikna dili kullandıkları, ikna sürecinde hangi sıfatlar üzerinden hitapların seçildiği, kurulan ittifakın isminin kaç kez tekrarlandığı, hangi konular içerisinde bu ittifak söylemlerinin gerçekleştiği, ittifakın geleceğine dair öngörülen tasavvur gibi durumları ortaya koyması bağlamında önemlidir.

Yine bu çalışma, Cumhuriyet ittifakının karşısında yer alan Millet ittifakına kaç kez değinildiği, nasıl bir sıfat ile bu ittifakın tanımlandığı, ittifak içerisinde yer alan partilerden en çok hangisine eleştiri yapıldığı gibi durumlarında ortaya konması anlamında önemlidir.

Araştırmanın Yöntemi

Yapılan bu çalışmada içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. İçerik çözümlemesi yoluyla elde edilen verileri tanımlama ve bu verilerin içinde bulunan saklı gerçekleri ortaya koymak amaçlanmaktadır (Gülbahar & Alper, 2009). İçerik çözümlemesinde dokümanlardan elde edilen nitel araştırmada, verilerin kodlanması bu verilerde yer alan temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması şeklinde dört aşama bulunmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2006).

Bu çalışmada 6 Mart-15 Mayıs 2018 tarihleri arasında cumhuriyet ittifakının kurucuları olan Ak Parti ve Milliyetçi Hareket Partisinin grup toplantıları içerik çözümlemesine tabi tutulmuştur. Belirtilen tarihler arasında Ak Parti toplam 8, Milliyetçi Hareket Partisi de 5 kez grup toplantısı gerçekleştirmiştir. Ve bu bağlamda toplam 13 tane grup toplantısı incelenmiştir.

Bu çalışma kapsamında incelenen grup toplantılarında cumhuriyet ittifakına dair; kaç defa değinildiği, konuşmanın hangi bölümünde değinildiği, nasıl bir gelecek tasavvur edildiği gibi parametreler değerlendirilmiş ve buna uygun kodlama yapılmıştır. Ve daha sonra elde edilen veriler neticesinde analiz gerçekleştirilmiştir.

İçerik Analizi Verileri ve Bulguların Analizi

Yapılan araştırma kapsamında 6 Mart-15 Mayıs 2018 tarihleri arasında cumhuriyet ittifakının kurucuları olan Ak Parti ve Milliyetçi Hareket Partisinin grup toplantıları incelenmiştir. Bu çalışmanın sınırlılıkları içerisinde yer alan tarihler arasında Ak Parti 8, Milliyetçi Hareket Partisi ise 5 tane grup toplantısı gerçekleştirmiştir.

Tablo 1. Grup Toplantılarında Yapılan Konuşmalarda Cumhuriyet İttifakına Kaç Kez Değiniyor

Ak Parti		MHP	
F	%	F	%
38	55,9%	30	44,1%

Araştırma kapsamında oluşturulan kodlama cetveli içerisinde ilk olarak liderlerin Cumhuriyet ittifakına kaç kez değindiğine dair bir çözümleme yapılmıştır. Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın 8 grup toplantısı içerisinde 38 kez, Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin ise 5 grup toplantısı içerisinde 30 kez Cumhuriyet İttifakına değindiği görülmektedir. Sayısal olarak Ak parti liderinin daha fazla değindiği görülse de bu zaman dilimi içerisinde incelenen grup toplantıları sayısı ile kıyaslandığında Milliyetçi Hareket Partisi liderinin daha fazla oranda değindiği görülmektedir. Ak Parti lideri tarafından ortalama olarak her grup

toplantısında 5 kez, Milliyetçi Hareket Partisi lideri tarafından da 6 kez değinildiği görülmektedir. Bu durum da hedef kitleye yönelik ifadenin tekrarı ile zihinsel dünyalarına dair verilen mesajı gündemde tutma isteğinin göstergesidir. Liderler tarafından gündemde tutularak ittifaka verilen önem gösterilmeye çalışılmış ve bu şekilde hedef kitlenin ikna edilmeye çalışıldığı görülmektedir.

Tablo 2. Grup Toplantılarında Yapılan Konuşmaların Hangi Bölümünde Cumhur İttifakına Değiniyor

	Giriş		Gelişme		Sonuç	
	F	%	F	%	F	%
Ak Parti	2	33,3%	4	66,6%	0	0,0%
MHP	3	30,0%	4	44,4%	2	22,2%

Konuşma kompozisyonları incelendiğinde Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın konuşmalarının giriş kısmında 2 kez, gelişme kısmında 4 kez değindiği, sonuç kısmında ise hiç değinmediği tespit edilmiştir. Buna karşılık Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin giriş kısmında 3 kez, gelişme kısmında 4 kez, sonuç kısmında ise 2 kez değindiği tespit edilmiştir. Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'a göre konuşmanın genelinde bu konu üzerinde durduğu görülürken, Recep Tayyip Erdoğan ise giriş ve gelişme bölümünde bu konu üzerinde dururken sonuç kısmında konuya hiç değinmediği görülmektedir.

Tablo 3. Grup Toplantılarında Yapılan Konuşmalarda Cumhur İttifakına Hangi Konular İçerisinde Değiniyor

	Siyaset		Ekonomi		Askeri		Eğitim		Seçim		Dış politika	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Ak Parti	5	41,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	5	41,6%	2	16,6%
MHP	5	41,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	5	41,6%	2	16,6%

İki partinin grup toplantıları incelendiğinde Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan ve Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin Cumhur ittifakına yönelik söylemlerinin büyük kısmını Siyaset (5 kez) ve Seçim (5 kez) ile ilgili konular içerisinde değerlendirdiği görülmektedir. Aynı zamanda iki liderin de Cumhur ittifakına 2 kez dış politika konusu içerisinde değindiği görülmektedir. Cumhur ittifakı ile ilgili konuşmalarını gerçekleştirirken iki liderin ekonomi, askeri ve eğitim konuları içerisinde Cumhur ittifakına değinmemiş olmaları ittifakın oturtulduğu temeli göstermektedir. İki liderin de kurulan ittifakı seçim üzerine konumlandıkları ve seçimlerde kurulacak birlikteliği vurguladıkları görülmektedir.

Tablo 4. Grup Toplantılarında Yapılan Konuşmalarda Ak Parti ve MHP Liderleri İttifak Ortağı Olan Lideri Nasıl Bir Sıfat ile Tanımlıyor

Ak Parti						MHP					
MHP Lideri		Sayın Bahçeli		Genel Başkan		Sayın Cumhurbaşkanı		Sayın Erdoğan		Genel Başkan	
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	20,0%	3	60,0%	1	20,0%	3	75,0%	1	25,0%	0	0,0%

İki partinin grup toplantıları incelendiğinde Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın ittifak ortağı olan Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçeliyi 1 kez MHP lideri, 3 kez Sayın Bahçeli ve 1 kez de Genel Başkan olarak tanımladığı görülmektedir. Recep Tayyip Erdoğan'ın konuşmaları esnasında Devlet Bahçeliyi Milliyetçi Hareket Partisi liderliği üzerinden değil şahsı üzerinden bir sıfat ile tanımladığı görülmektedir. Aynı şekilde Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin ittifak ortağı olan Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ı 3 kez Sayın Cumhurbaşkanı ve 1 kez de Sayın Erdoğan diye tanımladığı, Genel başkan tanımlamasını ise hiç kullanmadığı görülmektedir. İki liderinde parti bağlamından uzak bir tavırla ittifak ortağını tanımlaması partilerden uzak bir anlayıştan uzak ortak bir zemin oluşturma gayretinin göstergesidir.

Tablo 5. Grup Toplantılarında Yapılan Konuşmalarda Ak Parti ve MHP Lideri İttifak Ortağı Olan Lideri Hangi Olumlu Sıfat ile Anıyor

	Kıymetli		Değerli		Diğer	
	F	%	F	%	F	%
Ak Parti	0	0,0%	0	0,0%	5	100,0%
MHP	0	0,0%	0	0,0%	2	100,0%

İki partinin grup toplantıları incelendiğinde liderlerin birbirlerini anarken belirli olumlu sıfatlara bağlı kalmadıkları farklı şekillerde olumlu ifadeler kullandığı görülmektedir. İktidar pozisyonunda olan Recep Tayyip Erdoğan'ın muhalefet partisinin desteğine verdiği önemi onun liderine dönük olumlu ifadelerle konuşmalarına yansıttığı görülmektedir.

Tablo 6. Grup Toplantılarında Yapılan Konuşmalarda Cumhuriyet İttifakı Hangi Olgu Üzerine Temellendiriliyor

	Birlik/Berberlik		Millet		İstikrar		Beka	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Ak Parti	3	25%	4	33,3%	3	25%	2	16,6%
MHP	4	36,3%	4	36,3%	1	0,9%	2	18,8%

İki partinin grup toplantıları incelendiğinde Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın cumhuriyet ittifakını 3 kez birlik/beraberlik, 4 kez millet, 3 kez istikrar ve 2 kez beka olgusu üzerine temellendirdiği görülmektedir. Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin ise 4 kez birlik/beraberlik, 4 kez millet, 1 kez istikrar ve 2 kez beka üzerine temellendirdiği görülmektedir. İktidar partisi liderinin Cumhuriyet ittifakını 3 kez istikrar olgusu üzerine temellendirmesi iktidar olma sürecinin devam etmesi anlamında bu ittifaka verdiği önemi göstermektedir. Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin ise daha çok birlik/beraberlik ve millet unsurlarına yoğunlaşarak buradan bir ikna diline gidiyor olması Milliyetçi Hareket Partisinin bu ittifaka yaklaşımının göstergesidir. Bununla beraber dört unsurunda ittifak bağlamında önemsendiği sayısal dağılımla ortaya çıkmaktadır.

Tablo 7. Grup Toplantılarında Yapılan Konuşmalarda Cumhuriyet İttifakı İçin Nasıl Bir Gelecek Tasavvur Ediliyor

	Mecliste çoğunluk		Reformlar için çoğunluk		Ülkenin geleceğinin inşası		Milli birlik/beraberlik		Diğer	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Ak Parti	4	28,5%	2	14,2%	5	35,7%	3	21,4%	0	0,0%
MHP	2	16,6%	2	16,6%	2	16,6%	4	33,3%	2	16,6%

İki partinin grup toplantıları incelendiğinde Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın Cumhuriyet İttifakının geleceği için 4 kez mecliste çoğunluk, 2 kez Reformlar için çoğunluk, 5 kez ülkenin geleceğinin inşası ve 3 kez de Milli birlik/beraberlik tasavvurunda bulunduğu görülmektedir. Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin ise mecliste çoğunluk, reformlar için çoğunluk, ülkenin geleceğinin inşası ve diğer unsurları 2 kez, milli birlik/beraberliği 4 kez kullanarak Cumhuriyet ittifakı için bir gelecek tasavvur ettiği görülmektedir. İktidar liderinin genel anlamda mecliste çoğunluk ve ülkenin geleceğinin inşası üzerinde durduğu görülürken Milliyetçi Hareket Partisi liderinin ise milli birlik/beraberlik üzerinde durduğu görülmektedir. Bu durum iktidar partisinin mecliste çoğunluğu elde ederek ülkenin geleceğini inşa etme noktasında başrol olma isteğini kurulan ittifak ile gerçekleştirme planı içerisinde olduğunu göstermektedir.

Tablo 8. Grup Toplantılarında Yapılan Konuşmalarda Millet İttifakına Kaç Kez Değiniyor

Ak Parti		MHP	
F	%	F	%
5	55,5%	4	44,5%

İki partinin grup toplantıları incelendiğinde Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın Cumhuriyet İttifakının karşısında yer alan Millet İttifakına 5 kez, Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin ise 4 kez değindiği görülmektedir. Ak Partinin 8 grup toplantısı, Milliyetçi Hareket Partisinin ise 5 grup toplantısı incelendiği göz önünde bulundurulduğu zaman Milliyetçi Hareket Partisinin kendi içerisinde %80lik bir oran ile daha fazla değindiği görülmektedir. Ak Partide ise bu oran kendi içerisinde %62,5dir.

Tablo 9. Grup Toplantılarında Yapılan Konuşmalarda Millet İttifakına Eleştiri Var Mı?

	Var		Yok	
	F	%	F	%
Ak Parti	5	62,5%	3	37,5%
MHP	4	80%	1	20%

İki partinin grup toplantıları incelendiğinde Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın Millet İttifakına yönelik 8 grup toplantısı içerisinde 5 kez eleştiri yaptığı, Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin ise 3 kez eleştiri yaptığı görülmektedir. Ak Parti liderinin 3 grup toplantısında, MHP liderinin ise 2 grup toplantısında eleştiri yapmadığı görülmektedir.

Tablo 10. Grup Toplantılarında Yapılan Konuşmalarda Millet İttifakı İçerisinde Yer Alan Partilerden En Çok Hangisine Eleştiri Yapılıyor

	CHP		İyi Parti		SP		DP	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Ak Parti	5	100%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
MHP	4	66,6%	2	33,3%	0	0,0%	0	0,0%

İki partinin grup toplantıları incelendiğinde Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın Millet İttifakı içerisinde yer alan ana muhalefet partisine yönelik 5 kez eleştiride bulunduğu diğer partilere yönelik ise bir eleştiride bulunmadığı görülmektedir. Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin ise ana muhalefet partisine yönelik 4 kez, İyi Partiye ise 2 kez eleştiride bulunduğu diğer partilere ise eleştiri yapmadığı görülmektedir. Milliyetçi Hareket Partisi liderinin kendi partisi ile benzer bir çizgide olduğunu iddia eden İyi partiye yönelik eleştirilerinin olması eleştiri noktasında tek taraflı bir görüntü sergilemediğini göstermektedir. Ak Parti lideri ise bu konuda sadece ana muhalefete eleştiri yaparak tek taraftan bir eleştiri yolu izlemiştir.

Tablo 11. Grup Toplantılarında Yapılan Konuşmalarda Millet İttifakı Hangi Sıfatlar ile Anılıyor

	Şer ittifakı		Zillet ittifakı		Diğer	
	F	%	F	%	F	%
Ak Parti	0	0,0%	0	0,0%	4	100%
MHP	1	20%	3	60%	1	20%

İki partinin grup toplantıları incelendiğinde Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın belirli bir sığfata bağlı kalmadan farklı şekillerde ifadeler kullandığı görülmektedir. Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin ise 1 kez şer ittifakı, 3 kez zillet ittifakı ve 1 kez de diğer sıfatları kullandığı görülmektedir. Genel anlamda bakılacak olursa Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin millet ittifakını Zillet ittifakı sıfatı ile ele aldığı ve bu ittifakı tanımlayan sıfat olarak tercih ettiği görülmektedir.

Tablo 12. Grup Toplantılarında Yapılan Konuşmalarda Millet İttifakı İçerisinde Yer Alan Partiler Hangi Sebeplerden Ötürü Eleştiriliyor

	Benzer olmamaları		Zıt tabanlı olmaları		Samimi olmayışla		Diğer	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Ak Parti	1	14,2%	1	14,2%	3	42,8%	2	28,5%
MHP	2	25%	2	25%	2	25%	2	25%

İki partinin grup toplantıları incelendiğinde Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın Millet ittifakı içerisinde yer alan partileri 1 kez benzer olmamaları, 1 kez zıt tabanlı olmaları, 3 kez samimi olmamaları ve 2 kez de diğer unsurlar üzerinden eleştiri yaptığı görülmektedir. Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçeli ise 2 kez benzer olmamaları, 2 kez zıt tabanlı olmaları, 2 kez samimi olmamaları ve 2 kez de diğer unsurlar üzerinden eleştiri yaptığı görülmektedir. Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın siyasal ikna açısından son derece önemli bir unsur olan samimiyet üzerinden eleştirilerini yoğunlaştırdığı görülmektedir. Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin ise bütün unsurlar üzerinden eşit oranda bir eleştiri yönelttiği sayısal unsurlar ile belirlenmiştir.

Tablo 13. Grup Toplantılarında Yapılan Konuşmalarda Cumhuriyet İttifakının Sürdürülebilirliği ile İlgili Söylemler Nelerdir

	Vazgeçilmeyeceği	Başarmak için çalışılacağı	Engellemeye çalışanlara fırsat verilmeyeceği	Ülkenin geleceği bir zorunluluk olduğu	Diğer

	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Ak Parti	3	23%	3	23%	4	31%	3	23%	0	0,0%
MHP	4	28,5 %	3	21,4%	4	28,5%	1	0,7%	2	14,4%

İki partinin grup toplantıları incelendiğinde Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın Cumhuriyet İttifakının sürdürülebilirliği ile ilgili 3 kez vazgeçilmeyeceği, 3 kez başarmak için çalışılacağı, 4 kez engellemeye çalışanlara fırsat verilmeyeceği ve 3 kez de ülkenin geleceği için bir zorunluluk olduğu hususunda söylemlerde bulunduğu görülmektedir. Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçeli ise Cumhuriyet İttifakının sürdürülebilirliği ile ilgili 4 kez vazgeçilmeyeceği, 3 kez başarmak için çalışılacağı, 4 kez engellemeye çalışanlara fırsat verilmeyeceği, 1 kez ülkenin geleceği için bir zorunluluk olduğu ve 2 kez de diğer unsurlar üzerine söylemlerde bulunduğu görülmektedir. Başarmak için çalışılacağı ve engellemeye çalışanlara fırsat verilmeyeceği noktasında iki partinin de aynı oranda söylemde bulunması ikna açısından önemli bir unsur olan ortak dilin yakalandığının göstergesidir. Ülkenin geleceğinin inşasında iktidarını sürdürerek başrolde olmak isteyen Ak Parti liderinin ülke geleceği için bir zorunluluk olduğu söyleminde daha çok bulunması ittifaka yönelik sürdürülebilirlik beklentisinin temellerinden biridir.

Sonuç

Siyasaliknada önemli bir yer tutan ikna ve retorik siyasi partilerin hedeflerine ulaşabilmesi noktasında etkin bir rol üstlenmektedir. Siyasi parti liderlerinin ve parti içerisinde yer alan kişilerin doğru bir ikna dili kullanması seçim öncesi süreçte hedef kitle üzerinde bir etki oluşturmak ve potansiyel oyları tercih oyuna döndürebilmek açısından son derece önemlidir. İkna dilinin sadece seçim sürecinde değil siyaset platformunun içerisinde yer aldığı müddetçe aktif bir şekilde kullanımı gerekmektedir.

İktidar hedefi ile yola çıkan veyahut iktidar pozisyonundaki varlığını devam ettirmek isteyen partiler hedef kitleyi bir konu üzerinde ikna etmek için çaba sergilerler. Bu çabanın hayat bulduğu yerlerden bir tanesi de mecliste haftada bir gerçekleştirilen parti grup toplantılarıdır. Partiler grup toplantıları ile birlikte gündeme dair genel bir değerlendirme yapma fırsatı bulurlar. Gerçekleştirilen grup toplantılarında bir aksilik olmadığı takdirde genelde parti liderleri konuşma sahnesinde yer alır ve kendi tabanına dair gündemdeki konular ile ilgili genel açıklamalar yapar. Gündemdeki konulara dair parti liderinin kullanmış olduğu ikna dili hedef kitlenin zihninde konumlandırılmak istenen mesajların verilmesi bağlamında son derece önemlidir. Parti liderinin doğru bir ikna dili kullanması mesajların istenilen şekilde karşı tarafa aktarımı ve karşı tarafı ikna açısından kritik bir eylemdir.

Yapılan bu çalışma grup toplantılarının ikna sürecindeki önemini göz önünde bulundurarak Cumhuriyet İttifakının oluşum sürecinde liderlerin grup toplantılarındaki ikna dili incelenmiştir. Bu bağlamda Cumhuriyet İttifakının resmi olarak kurulduğu tarih olan Mart 2018'den 24 Haziran 2018 seçimlerine kadar Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın ve Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçelinin mecliste gerçekleştirmiş oldukları grup toplantıları incelenmiştir. Bu

zaman dilimi içerisinde Ak Parti toplam 8, Milliyetçi Hareket Partisi ise toplamda 5 kez grup toplantısı gerçekleştirmiştir.

Bu çalışma kapsamının belirlenen kodlama cetveli ile birlikte kullanılan ikna dili çözümlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın Cumhurbaşkanlığı grup toplantılarında Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçeliye nazaran daha az kullandığı gözlemlenmiştir. Buna rağmen iki liderin arasında çok fazla bir fark olmadığı sonucu sayısal verilen ile belirtilmiştir. Liderlerin kurulan ittifakı düzenli periyotlar ile dile getirmeleri ittifaka verilen önemin ve bu bağlamda oluşturulacak iknanın göstergesi olmuştur.

Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan konuşmalarında genelde ittifaktan giriş ve gelişme bölümlerinde bahsederken Milliyetçi hareket Partisi lideri Devlet Bahçeli ise giriş, gelişme ve sonuç bölümünde bahsetmiştir. Bu durum konuşmanın tamamına yayılan ittifaka verilen önemin ve ikna çabalarının göstergesidir. Grup toplantılarında iki liderin de siyaset, seçim ve dış politika başlıkları altında kurulan ittifaktan bahsettikleri görülmektedir. Bu durum hedef kitleyi özellikle seçim bağlamında bu birlikteliğe destek vermesi konusunda ikna çabasının doğal sonucu olmuştur. İki liderin birbirlerine karşı hitaplarında parti bağlamından uzak bir hitabet anlayışı içinde olmaları iki farklı parti oldukları gerçeğini bir kenara bırakarak birliktelik oluşturma noktasındaki ikna çabalarının sonucudur.

Liderler konuşmalarında birbirlerine karşı olumlu sıfatlar kullanarak iyi giden bir beraberlik imajı gösterip ikna çabası içinde olmuşlardır. İki lider de Cumhurbaşkanlığı birlik/beraberlik, millet ve beka olguları üzerine temellendirmeleri bu ittifaka verilen önemin ve yüklenen anlamın göstergesi olmuştur. Bu durum hedef kitleyi ikna açısından önemli bir gerçekliktir. Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan'ın konuşmalarında aynı zamanda istikrar olgusunu sıkça ele alması iktidar olma sürecini devam ettirme isteği bakımından önemli bir gösterge olmuştur. Cumhurbaşkanlığı geleceği ile ilgili Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçeliye nazaran daha çok meclisteki çoğunluk ve ülkenin geleceğinin inşası gibi tasavvurlarda bulunmuştur. Bu durum Ak Parti liderinin iktidar olarak ülkenin geleceğinde başrol olma isteğinin sonucudur aynı zamanda bu sürece verilen öneminin ve sürecin gerekliliğinin göstergesi olmuştur. Hedef kitlenin ikna edilebilmesi açısından sürecin gerekliliğine inandırabilmek önemli bir unsurdur.

İki liderde yapmış oldukları konuşmalarda karşıt durumda olan Millet ittifakına yönelik eleştiriler getirmişlerdir. Samimi olmama durumunu eleştiren iki liderde iknanın en önemli unsurlarından biri olan samimiyeti kullanarak hedef kitleyi ikna çabası içinde olmuşlardır. Millet ittifakında yer alan Cumhuriyet Halk Partisine en çok eleştiri iktidar partisi liderinden gelirken Milliyetçi Hareket Partisi lideri Cumhuriyet Halk Partisinin yanında İyi Partiye yönelik eleştirilerde bulunmuştur. İki liderin de asla bu ittifaktan vazgeçilmeyeceği, başarmak için çalışılacağı ve engellemeye çalışanlara fırsat verilmeyeceğini dile getirmeleri ittifakın sürdürülebilirliği bağlamında bir ikna çabasının göstergesidir.

Sonuç olarak Ak Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan ve Milliyetçi Hareket Partisi lider Devlet Bahçelinin grup toplantılarında Cumhurbaşkanlığı karşılık bulması adına hedef kitleyi ikna çabası içerisinde oldukları görülmektedir. İki liderin genel anlamda aynı dili konuşmaları ve

samimi bir görüntü çizmeleri hedef kitleyi ikna etme açısından son derece önemlidir. Hedef kitlenin kolektif bir bilinç ile ortaya koymuş oldukları değerler kapsamında bu birlikteliğin inşa edildiği ve samimiyet temelli olduğuna dair bir imajın çiziliyor olması ikna çalışmaları kapsamında son derece önemlidir.

Kaynakça

Anık, C. (2000). *Siyasal İkna*. Ankara: Vadi Yayınları.

Ete, H. (2018, Mayıs-Ağustos). 24 Haziran Seçimleri:Yeni Sistemin Siyaseti ve Sosyoloji. *Muhafazakar Düşünce*(54), 293-321.

Gülbahar, Y., & Alper, A. (2009). Öğretim Teknolojileri Alanında Yapılan Araştırmalar. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 93-111.

<http://www.cumhuriyet.com.tr>. (2016, Ekim 11). Aralık 29, 2018 tarihinde http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/siyaset/613892/Bahceli_den_baskanlik_sistemin_e_yesil_isik.html adresinden alındı

<http://www.milliyet.com.tr>. (2016, Ağustos 08). Aralık 29, 2018 tarihinde <http://www.milliyet.com.tr/son-dakika-haberleri-demokrasi-siyaset-2290903/> adresinden alındı

<https://www.ntv.com.tr>. (2018, Nisan 18). Aralık 29, 2018 tarihinde <https://www.ntv.com.tr/turkiye/son-dakika-erken-secim-tarihi-24-haziran-cumhurbaskani-erdogan-acikladi,JO6AO4kGwkWDg5NG7DilHQ> adresinden alındı

M., N., & Duran , H. (2018). Dünya Başkanlık Sistemi Uygulamaları. *Seta Dergisi*, 208.

Madran, H. (2012). *Tutum, Tutum Değişimi ve İkna*. İstanbul: Nobel Akademi Yayıncılık.

Tutar, H. (2012). *Sosyal Psikoloji: Kavramlar ve Kuramlar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yüksel, A. (2005). *İkna ve Konuşma*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları.

**Üstün ve Özel Yetenekli Öğrencilerin Akademik Ortamlarda Olumsuz
Değerlendirilme Korkusunun İncelenmesi
Balıkesir Örneği**

**Investigation of the Fear of Negative Assessment of Gifted Students
and Talented Academic Study
Balıkesir Example**

*Özay Nuri AKSOY**

Başvuru Tarihi: 26.07.2019
Kabul Tarihi: 25.10.2019

Özet

Türkiye'nin bilimsel, sosyal, teknolojik ve ekonomik kalkınmasında önemli role üstleneceği düşünülen, üstün ve özel yetenekli öğrencilerin, akademik ortamlarda yaşadıkları olumsuz değerlendirilme korkusu hakkında ön bilgi edinilmesi önem teşkil etmektedir.

Bu çalışmada; üstün ve özel yetenekli Bilim Sanat Merkezi öğrencilerinin olumsuz değerlendirilme korkuları incelenmektedir. Araştırmanın evrenini Karesi ilçesinde BİLSEM'de öğrenim gören ortaokul seviyesinde ki 6,7. ve 8. sınıf öğrencilerinden 72 öğrenci araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Akademik ortamlarda yaşanan olumsuz değerlendirilme korkusunun bazı kişisel, eğitsel özelliklere göre incelenmesi amacıyla Alkan (2005) tarafından geliştirilen Akademik Ortamlarda Olumsuz Değerlendirilme Korkusu (AODK) Ölçeği ve kişisel bilgi formu veri toplama aracı olarak kullanılmıştır.

* Şehit Prof. Dr. İlhan Varank Bilim Sanat Merkezi, ozaynuriaksoy@msn.com, ORCID: 0000-0001-8210-8362

Bu araştırmanın amacı BİLSEM öğrencilerinin akademik ortamlarda yaşadıkları olumsuz değerlendirilme korkusunun akademik başarıları ile ilişkisini incelemektir.

Araştırma verilerinin hesaplanmasında Betimsel İstatistik, İlişkisiz Örneklem t Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizleri kullanılmıştır.

Akademik Ortamlarda Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği (AODK) ve alt boyutlarından alınan puanlarla anne eğitim durumuna göre, kardeş sayısı durumuna göre anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Üstün Yetenekli, Özel Yetenekli, Akademik Korku, Bilsem, Balıkesir

Abstract

Turkey's scientific, social, economic and technological development, the development of the gifted students, therefore is considered to be an important work.

Outstanding and gifted students explored the fears of negative evaluation. The research universe, 2018-2019 academic year in the District of Balıkesir province, even though I know that the square of the students. Universe of research studying secondary school in the town square of 6.7. and 8. Grade students. The sample of 72 in this universe, the student research.

Fear of negative evaluation of the students academic environments they live in some personal, educational examination purposes according to Alkan (2005) fear of Negative Evaluation Scale developed by Academic Environments (AODK) form and data-gathering tool that has been used as a personal information form

This research, according to gender, some personal property, Mother Education, number of siblings show differences according to variables will determine whether.

Research data in the analysis of descriptive statistics, Unbound Sample t test and one-way ANOVA.

Fear of Negative Evaluation scale to the students, academic Environments (AODK) and the training of their score, the mother of the child dimension according to the State according to the number of brother conclusions.

Keywords: Gifted, Special Talent, Academic Fear, Bilsem, Balıkesir

Giriş

Özel yetenekli olma durumunu tanımlayan Renzulli, birbiri içerisine harmanlanmış üç özelliğe dikkat çeker: Ortalamanın üzerinde yetenek, yaratıcılık ve göreve adanmışlıktır. Özel yetenekli bireyler, bu üç özelliğe sahip ve bunları faydalı olacak şekilde gerektiği yerlerde sürdürebilecek bireylerdir (Tortop, 2018).

Baltacı (2013) üstün zekâ kavramını, en az bir yetenek alanında yaşlılarının içinde, en az bir yetenek alanında %10'luk olma durumuyla ve bunu gerçekleştirirken de eğitilmeden ve kendiliğinden ortaya çıkan potansiyel olma hali ile açıklar. Üstün zekânın evrensel bir tanımı konusunda bir uzlaşım söz konusu değildir. Sak (2009)'a göre; üstün zekâyâ yüklenen tanım, bireylerce ve toplumlarca hatta zaman ve yaşanan coğrafyada bile farklılık gösterebileceğini söyler. Somut olmayan kavramlar ile çalışan bir matematikçi ile duyguya hitap eden bir şair, gün içerisinde buzullar uğraşı olan Eskimo ile hayatını öğretilere adanmış keşişin üstün zekâyâ yüklemiş olduğu anlamları çok farklı olduğunu vurgular.

Üstün yeteneklilerin belirgin özellikleri konusunda Schreglmann (2016); hızlı öğrenme, doğru anımsama, derinlemesine bilgiye sahiplilik, okuma-yazmada hızlı gelişim gösterme, rakamları ileri düzeyde anlama ve kullanma, yeni fikirlere açık olma, araştırma isteği konusunda yoğun merak, ilgi ve gelişmiş hayal gücünü sayar. Yıldırım (2013)'a göre üstün yetenekli bireyler yürümeye erken geçerler, erken konuşurlar, erken yaşta okumayı öğrenirler. Orijinal fikirleri olan ve oldukça yaratıcıdırlar. Üstün yetenekli öğrenciler yaşlılarının her an ilerisindedir. Bu ileri olma durumu hem fiziksel hem de fikirseldir.

Ülkemizde yetenekli öğrencilerin özel bir eğitim alması için ilk olarak 1964 yılında matematik ve fen alanında açılan Ankara Fen Lisesini yine Ankara'da Rehberlik Araştırma Merkezi olarak ilkokullarda özel çalışma sınıfları takip etmiştir. Sonrasında ise Bilim ve Sanat Merkezleri (BİLSEM) devreye girmiştir. 1993 yılında beş pilot il ile eğitim başlamıştır. İlk açılan Ankara da Yasemin Karakaya Bilim ve Sanat Merkezi 1995-1996 yılında eğitime öğretime başlamıştır. 2019 yılında geldiğimizde ise 111 BİLSEM üstün yetenekli öğrencilere eğitim vermektedir.

2016 yılında yürürlüğe giren yeni BİLSEM yönergesi özel yetenekli çocuğun zeka durumuna, yaratıcılık vurgusuyla, sanatsal ve liderlik kapasitesine değinir. Bu tip çocukların yaşlılarına oranla daha yüksek seviyede performans gösterdiklerine ilişkin dikkat çeker. Aynı zamanda bu ihtiyaçlarının örgün olarak devam ettikleri okullarda sağlanamaması nedeniyle gereksinim içinde olan bireyler olarak tasvir eder. (Bilim ve Sanat Merkezleri Yönergesi (2016),TC. Milli Eğitim Bakanlığı, Tebliğler Dergisi,2710,04.11.2016)

Okul tarafından sağlanamayan hizmet ve faaliyetlere gereksinim duyan öğrenci ilgi duyduğu alanlarla ilgili çalışmalarını okul ders saatleri dışında BİLSEM'de danışman öğretmenleri ile gerçekleştirir.

Öğrenciler okul ortamında ve diğer akademik ortamlarda diğer kişilerin kendilerini nasıl algılayacağı ve akademik bilgileri aktarırken nasıl değerlendirileceği konusunda kaygı yaşarlar. Bu akademik korku olarak adlandırılrsa da ilk zamanlarda bireyde bir sosyal fobi olarak ortaya çıkar.

Sosyal fobi; kişinin, başkalarının yargılanabileceği kaygısının yaşadığı ortamlarda aşağılanıp, utanç duyabileceği düşüncesiyle belirgin ve sürekli korkunun olmasıdır. Kişi başkaları ile bir sosyal iletişime girdiği zaman, etkileştiği kişi üzerinde bırakacağı etkiyi düşünür. Bu etki olumlu olabileceği gibi olumsuz da olabilir. Olumsuz etki beklentisi söz konusu olduğunda sosyal fobi de ortaya çıkar.

Heckelman ve Schneier (1995)'e göre, sosyal fobi kavramı ilk olarak 1903'de Pierre Janet ortaya koyar. Pierre Janet, piyano çalarken, konuşurken ve yazarken başkalarının gözlenme duygusu ve beraberinde bu korkuyu yaşayanlar için kullanılmıştır. Janet'in 1903 yılında yaptığı tanımlamaya karşın sosyal fobinin bir rahatsızlık olarak değerlendirilmesi, 1969 yılında Marks'ın yaptığı sınıflandırma ile oluşur. Marks'ın yaptığı sınıflandırma dört başlık altında değerlendirilebilir. Sosyal fobiyi, kapalı alan korkusu olan agorafobi, hayvan fobisi ve değişik özgül fobiler olarak dörde ayırır.

Sosyal fobiye ilk kez DSM-III'te "fobik nevrozlar" başlığı altında yer verilmiş ve "başkaları tarafından değerlendirileceği bir veya birden çok durumdan, sürekli ve gerçek dışı korku hali, bu durumdan kaçınma, utanç duyacağı veya gülünç duruma düşeceği şekilde davranabileceğinden korkma" olarak tanımlanmıştır (APA, 1980). Günümüzde ise sosyal fobi kavramı, "kaygı bozuklukları" altında DSM-V ve ICD gibi ana sınıflandırma sistemi içinde adlandırılmaktadır. (Heimberg ve diğ., 2014). Furmark ve diğ. (1999)'a göre grup önünde konuşma her türlü eğitim sisteminde var olan ve kaygı yaratan bir durumdur. Ergenlerle yapılan çalışmalarda ise Heimberg ve diğ.(2000) çalışmalarında sosyal fobinin yaşam boyu nüfus içinde oranını %5-15 oranında saptamıştır.

Sosyal fobinin başlama yaşına ilişkin Topçu (2004) tarafından yapılan bir araştırmada, genellikle ergenlikte başladığını ve başlangıç yaşı olarak da 13-18 arasında olduğu tespit edilmiştir. Scheiner ve diğ. (1992) tarafından, sosyal fobinin diğer duygu durum bozukluklarına oranla düşük olması konuyu ergenler açısından önemli hale getirmektedir. Sosyal fobi ile ilgili Rodriguez ve diğ. (2006) tarafından yapılan araştırma da, ergenlerde; cinsiyet, kaygı, sosyal kaçınma, negatif değerlendirilme korkusu gibi değişkenlerle ilgili anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Sosyal fobisi olan bireyler Topçu (2004)'ya göre daha çok sosyoekonomik seviyesi ve eğitim durumlarının düşük olduğu gruplarda görüldüğünü söyler. Demir (1997)'de ise, sosyal fobi ile sınav kaygısının karşılıklı olarak aynı kişide var olduğu tespit edilmiştir. Alkan (2015) tarafından ortaokul 6., 7. ve 8. sınıf seviyesinde ki öğrencilerin akademik ortamda yaşadıkları olumsuz değerlendirilme korkusunu ölçmek amacıyla Ankara ilçelerinde gerçekleştirdiği çalışmasında da öğrencilerin akademik ortamlarda yaşadıkları olumsuz değerlendirilme korkusu, akademik başarılarını olumsuz yönde etkilediğini, söz

konusu korkuyu yaşayan öğrencilerin sınıfta öğretmenleriyle iyi iletişim kuramamaları, sınıf arkadaşlarıyla uyumlu çalışamamaları ve derslerle ilgili problemlerini ebeveynleriyle paylaşmaktan çekinmeleri akademik başarılarının olumsuz etkilenmesinin nedenleri olarak görülmektedir.

Bu araştırmanın en temel amacı, üstün ve özel yetenekli olup BİLSEM'e devam eden ortaokul seviyesinde ki 6, 7, ve 8. sınıf öğrencilerinin akademik yaşamlarında ve ortamlarında yaşadıkları olumsuz değerlendirilme korkusunu ölçmektir.

BİLSEM'lere devam eden öğrencilerin akademik ortamlarda var olmaları onlar için bir dönüm noktasıdır. Aynı zamanda bu ortamlar da akademik başarıların şekillendiği ortamlardır. BİLSEM'lere devam eden üstün ve özel yetenekli öğrencilerin, Türkiye'nin düşünsel ve bilimsel anlamda kalkınmasında önemli rolleri olduğu göz önüne alındığında akademik ortamlarda olumsuz değerlendirilme korkusunun erken öğrencilik yıllarında tespiti önem teşkil etmektedir. Akademik ortamlarda olumsuz değerlendirilme korkusu yaşayan BİLSEM öğrencilerinin üretkenliklerine ket vurulmaması açısından erken tespiti önemlidir.

Araştırma da takip edilecek olan alt amaçlarımız; etkisi olduğunu düşünülen bazı kişisel özelliklere göre cinsiyet, anne eğitim durumu, baba eğitim durumu, kardeş sayısı değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemektir.

Türkiye'nin bilimsel, sosyal, teknolojik ve ekonomik kalkınmasında önemli rolleri olacağı düşünülen, üstün ve özel yetenekli öğrencilerin, akademik ortamlarda yaşadıkları olumsuz değerlendirilme korkusu hakkında ön bilgi edinilmesi önem teşkil etmektedir.

Baykoç (2012) çalışmasına göre üstün yeteneklilik tarihsel süreç içerisinde insanlığın ve toplumların dikkatini çeker. Üstün yetenekliliğin doğru yöntem ve uyarılarla beslenmesi ve eğitilmesi, insanlığa yüksek katkı sağlayacağını ifade eder. Üstün yetenekli bireylerin eğitimleri yaşadıkları toplumlar için önem taşır.

Yöntem

Araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Karasar (2005)'e göre tarama modelleri, olmuş ya da halen var olan durumları, betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımlarıdır.

Bu tip modeller, toplumların, kurumların yapısını ve olayların işleyişini tanımlamak için kullanılır. Örneklemeden elde edilen veriler doğrultusunda örnekleme genellemeler de bulunulur. (Cohen ve diğ., 2007).

Örneklem

Araştırmanın evreni, 2018-2019 döneminde Balıkesir ilinin Karesi ilçesinde BİLSEM'de öğrenimine devam eden ortaokul seviyesinden 6,7. ve 8. sınıf öğrencilerinden rastgele 72 kişiyi kapsamaktadır.

Tablo 1’de; araştırmaya katılan öğrencilerin öğrenim seviyelerine ilişkin ve cinsiyete ilişkin bilgiler yer alırken, Tablo 2’de de katılan öğrencilerin ailelerine ilişkin eğitim bilgileri, Tablo 3’de öğrenci okul türüne ilişkin bilgiler verilmiştir.

Tablo 1. Öğrencilerin Cinsiyet ve Sınıf Seviyeleri

Sınıf	Kız	Erkek	Toplam	%
6	16	18	34	47.2
7	14	14	28	38.9
8	4	6	10	13.9
Toplam	34	38	72	%100

Araştırmanın örneklemini 6. sınıflardan 34 öğrenci %47,2, 7. sınıflardan 28 öğrenci %38,9 ve 8. Sınıflardan 10 öğrenci %13.9’unu oluşturmaktadır.

Tablo 2. Öğrenci Ailelerinin Eğitim Düzeyine İlişkin Bilgiler

Eğitim Düzeyi	Anne	Baba	Toplam	%
Okur Yazar Değil	2	-	2	1.38
İlkokul Mezunu	3	3	6	4.16
Ortaokul Mezunu	2	3	5	3.47
Lise Mezunu	19	10	29	20.13
Üniversite Mezunu	46	56	102	70.83
Toplam	72	72	144	%100

Örnekleme dahil olan öğrencilerin anne ve baba eğitim seviyeleri ise, okuryazar olmayanların % 1.38, ilkokul mezunları % 4.16, ortaokul mezunları % 3.47, lise mezunları % 20.13, üniversite mezunları ise % 70.83’ü oluşturmuştur.

Tablo 3. Öğrenci Okul Türüne İlişkin Bilgiler

Eğitim Düzeyi	6	7	8	Toplam	%
Devlet Ortaokulu	24	17	6	47	65.28
Özel Ortaokul	10	11	4	25	34.72
Toplam	34	28	10	72	%100

Örnekleme dahil olan öğrencilerin bir devlet ortaokuluna gitme oranı % 65.28, özel ortaokula gidenlerin oranı ise % 34.72’dir.

Veri Toplama Araçları

Akademik Ortamlarda Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği (AODK): Ölçek, öğrencilerin akademik korkularını bazı kişisel, eğitsel özelliklere göre incelenmesi amacıyla Alkan (2005) tarafından geliştirilmiştir.

AODK formu içerisinde 22 soru ve iki alt boyut söz konusudur. Olumsuz değerlendirilme korkusunun bilişsel etkileri; 1, 2, 3, 4, 11, 13, 17, 18, 19 nolu maddelerden oluşurken, olumsuz değerlendirilme korkusunun davranışsal etkileri; 5, 6, 7, 8, 9, 12, 14, 15, 16, 20, 21,22 nolu maddelerden oluşmaktadır. AODK formu içerisinde 2,10, 13 ve 18. maddeler ters puanlanmaktadır. Ölçek, beşli Likert tipinde hazırlanmış ve tepki kategorileri 1 Hiç Uygun Değil ile 5 Tamamen Uygun arasında değişen şekilde düzenlenmiştir.

AODK Ölçeğinin Cronbach alfa iç tutarlılık oranı ölçeğin bütünü için 0.774'tür. Alkan (2005) tarafından Cronbach alfa katsayısı ölçeğin iç tutarlık anlamında güvenilirliğinin yeterli düzeyde olduğunu gösterdiğini ifade eder.

Verilerin Analizi

Veri analizinde betimsel istatistikler yapılmıştır. Analizlere geçilmeden önce örneklemin doğrusallığı konusunda ve normallik sayıltılarına ilişkin çalışmalar yapılmıştır. Bağımsız gruplar t testi ve tek yönlü varyans analizi çalışılmıştır. Anlamlılığının tespitinde anlamlılık düzeyi olarak .05 ölçüt alınmıştır. Varyansların analizlerinde Post hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır.

Bulgular

Betimsel İstatistikler

Öğrencilerin AODK Ölçeği alt boyuttaki puanları ve toplam puanlarına yönelik dağılımlarına ait analizler Tablo 4'de gösterilmiştir.

Tablo 4. AODK Ölçeğinin Betimsel Analiz Sonuçları

Alt Boyutlar	\bar{x}	SS	Çarpıklık	Basıklık
Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Bilişsel Etkileri	3.18	.87	-.53	.01
Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkileri	.20	.16	.44	-.45

Analiz sonuçlarına göre AOODK Ölçeği ve alt boyuttaki puanlarında dağılımlarda en yükseği Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Bilişsel Etkileridir. ($=3.18$, $ss=.87$). Bunu Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkileri ($.20$, $ss=.16$) izlediği belirlenmiştir.

Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Bilişsel Etkileri alt boyutunun mod değeri 3.80 , medyanı ise 3.30 iken Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkilerinin mod değeri $.00$, medyanı ise $.18$ olduğu görülmüştür.

Verilerin normal dağılım durumlarını tespit amacıyla AOODK Ölçeği ve alt boyuttaki puanlarından alınan puanlar hesaplanmış ve bağımsız değişkenlere göre çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Bilişsel Etkileri alt boyutundaki çarpıklık $-.53$, basıklık ise $.01$ olduğu, Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkilerinde ise çarpıklık $.44$, basıklık ise $-.45$ olduğu görülmüştür.

Verilerin normal dağılımının kontrolü için, Kline (2011) belirlediği basıklık ve çarpıklık değerleri esas alınmıştır. Büyüköztürk (2011) araştırmasında çarpıklık katsayısının $+1$, -1 sınırları içerisinde yer almasının puanların normal dağılımdan önemli bir sapma göstermediği şeklinde yorumlar. Araştırma bulgularında aritmetik ortalama, medyan ve mod'un birbirine de yaklaşması, dağılımın normalden aşırı uzaklaşmadığının bir ölçütü olarak değerlendirilmiştir. Çarpıklık ve basıklık katsayılarının $+1$ ile -1 aralığında olduğu için verilerin normal dağılım gösterdiğine karar verilmiştir.

Öğrencilerin AOODK Ölçeğinden ve Alt Boyutlarından Aldıkları Puanların Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Öğrencilerin AOODK Ölçeğinin aldıkları puanların ve alt boyutlarından aldığı puanların cinsiyete açısından anlamlı fark gösterme durumunu tespit için bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. AOODK Ölçek Alt Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklaşp Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları

Puan	Cinsiyet	N	\bar{x}	SS	t	p
Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Bilişsel Etkileri	Kız	34	3.29	.93	.975	.333
	Erkek	38	3.09	.82		
Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkileri	Kız	34	.19	.15	.423	.673
	Erkek	38	.21	.16		

*p< .05 anlamlı

AOODK Ölçek Alt Puanlarından Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Bilişsel Etkisinde ($t(70)=.975, p>.05$), Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkisinde ($t(70)=-.423, p>.05$) cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Öğrencilerin AOODK Ölçeğinden ve Alt Boyutlarından Aldıkları Puanların Anne Eğitimine Göre Karşılaştırılması

Öğrencilerin AOODK Ölçeğinin aldıkları puanların annenin eğitimine göre manidar fark gösterip göstermediğini belirlemek için tek faktörlü ANOVA uygulanmıştır. Anne eğitimi ile ilgili Tek faktörlü ANOVA sonuçları Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Öğrencilerin AOODK Ölçeği ve Alt Puanları olan Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Bilişsel Etkileri ve Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkilerinin Anne Eğitim Durumuna Göre Farklaşp Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

f , \bar{x} ve SS Değerleri					ANOVA Sonuçları						
Puan	Grup	N	\bar{x}	SS	Var. K.	KT	Sd	KO	F	p	Anl Farl
Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Bilişsel Etkileri	Okur Yazar Değil	2	3.75	.07	G.Arası	3.537	4	.884	1.158	.337	
	İlkokul	3	2.86	1.45	G.İçi	51.142	67	.763			
	Ortaokul	2	4.10	.14	Toplam	54.679	71				
	Lise	19	3.33	.75							
	Üniversite	46	3.08	.90							
	Toplam	72	3.18	.87							
Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkileri	Okur Yazar Değil	2	.50	.05	G.Arası	.259	4	.065	2.756	.035*	A-E
	İlkokul	3	.19	.17	G.İçi	1.572	67	.023			
	Ortaokul	2	.37	.27	Toplam	1.831	71				
	Lise	19	.80	.12							
	Üniversite	46	.18	.16							
	Toplam	72	.20	.16							

* $p < .05$ anlamlı

Verilerin anlaşılmasını kolaylaştırmak ve grupların tabloda doğru yorumlanmasını sağlamak için eğitim durumlarına A, B, C, D, E isimleri verilmiştir. Bu bağlamda; Okur Yazar Olmayanlar=A, İlkokul Mezunları=B, Ortaokul Mezunları=C, Lise Mezunları=D, Üniversite Mezunları=E olarak isimlendirildi. ANOVA sonuçlarını tabloda anlamlı fark bölümünde harflerle belirtilmiştir.

Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkileri anne eğitimi açısından anlamlı bir fark tespit edilmiştir. ($F(4,67)=2.756$, $p<.05$). Test sonucu hesaplanan etki büyüklüğünün ($\eta^2=.141$) olduğu görülmüştür. Puanların anne eğitim değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılık oluştuğunu tespit amaçlı Post Hoc testi olan Tukey testi yapılmıştır. Okuryazar olmayanlar ile üniversite mezunları arasında, üniversite mezunları lehine anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p<.01$). Bu da üniversite mezunu olan annelerin okuryazar olmayan annelere göre daha fazla Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkileri olarak etkilendiklerini ortaya koymaktadır.

Öğrencilerin AOODK Ölçeğinden ve Alt Boyutlarından Aldıkları Puanların Sınıf Durumuna Göre Karşılaştırılması

Öğrencilerin AOODK Ölçeğinin aldıkları puanların sınıf durumuna göre manidar fark gösterip göstermediğini belirlemek için tek faktörlü ANOVA uygulanmıştır. Tek faktörlü ANOVA sonuçları Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. Öğrencilerin AOODK Ölçeği ve Alt Puanları olan Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Bilişsel Etkileri ve Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkilerinin Sınıf Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

f , \bar{x} ve SS Değerleri		ANOVA Sonuçları									
Puan	Grup	N	\bar{x}	SS	Var. K.	KT	Sd	KO	F	p	Anlamlı Fark
Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Bilişsel Etkileri	6	34	3.25	.76	G.Arası	.308	2	.154	.196	.823	
	7	28	3.14	1.034	G.İçi	54.370	69	.788			
	8	10	3.08	.81	Toplam	54.679	71				
	Toplam	72	3.18	.87							
Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkilerinin	6	34	.18	.15	G.Arası	.088	2	.044	1.751	.181	
	7	28	.20	.14	G.İçi	1.742	69	.025			
	8	10	.28	.19	Toplam	1.831	71				
	Toplam	72	.20	.16							

* $p < .05$ anlamlı

Öğrencilerin AOODK Ölçeği ve alt puanları olan Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Bilişsel Etkileri ve Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkilerinin sınıf değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Öğrencilerin AOODK Ölçeğinden ve Alt Boyutlarından Aldıkları Puanların Kardeş Sayısına Göre Karşılaştırılması

Öğrencilerin AOODK Ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları puanların kardeş sayısına göre manidar fark gösterip göstermediğini belirlemek için tek faktörlü ANOVA uygulanmıştır. Tek faktörlü ANOVA sonuçları Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8. Öğrencilerin AOODK Ölçeği ve Alt Puanları olan Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Bilişsel Etkileri ve Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkilerinin Kardeş Sayısı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

f , \bar{x} ve SS Değerleri		ANOVA Sonuçları									
Puan	Grup	N	\bar{x}	SS	Var. K.	KT	Sd	KO	F	p	Anlamlı Fark
Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Bilişsel Etkileri	Kardeşi Yok	12	2.90	.69	G.Arası	4.386	3	1.462	1.977	.126	
	Bir Kardeş	50	3.15	.93	G. içi	50.293	68				
	İki Kardeş	8	3.83	.44	Toplam	54.679	71				
	Üç Kardeş	2	3.20	.70							
	Toplam	72	3.18	.87							
Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkileri	Kardeşi Yok	12	.08	.07	G.Arası	.299	3	.100	4.224	.007*	A-C, A-D C-A, D-A
	Bir Kardeş	50	.21	.15	G. içi	1.532	68				
	İki Kardeş	8	.27	.18	Toplam	1.831	71				
	Üç Kardeş	2	.41	.18							
	Toplam	72	.20	.16							

* $p < .05$ anlamlı

Verilerin anlaşılmasını kolaylaştırmak ve grupların tabloda doğru yorumlanmasını sağlamak için kardeşlik durumlarına A, B, C, D isimleri verilmiştir. Bu bağlamda; Kardeşi olmayanlar=A, Bir kardeşi olanlar=B, İki Kardeşi olanlar=C, Üç Kardeşi olanlar=D, olarak isimlendirildi. ANOVA sonuçlarını tabloda anlamlı fark bölümünde harflerle belirtilmiştir.

Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkilerinin kardeş sayısı değişkenine göre ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($F(3,68)=4.224$ ve $p < .05$). Test sonucu hesaplanan etki büyüklüğünün ($\eta^2=.16$) olduğu görülmüştür. Farklılığın yönü olarak kardeşi olmayanlar ile iki kardeşi olanlar arasında, iki kardeşi olanlar lehine istatistiksel olarak ($p < .01$) düzeyinde ve kardeşi olmayanlar ile üç kardeşi olanlar arasında üç kardeşi olanlar lehine istatistiksel olarak ($p < .01$) düzeyinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır.

Sonuç

Bu araştırmanın amacı, Bilsem öğrencilerinin akademik ortamlarda yaşadıkları olumsuz değerlendirilme korkusunu incelemektir. Öğrencilerin bu ölçekten aldıkları puanlar kişisel ve eğitsel bazı değişkenler açısından incelenmiştir. Kişisel özelliklere göre cinsiyet, annenin eğitim düzeyi, kardeş sayısı ve gibi değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemektir.

Kullandığımız ölçeklerin içerikleri ve alt boyutları farklı olmasından dolayı bulgularımız ile tam örtüşen literatür sınırlıdır. Alan yazın incelendiğinde araştırmaların farklı ölçeklerle de gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

AOODK ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları puanların cinsiyet, okul türü, baba eğitim durumu, sınıf durumu, anne çalışma durumu, özel etüde gitme, özel ders alma durumu, kişilik tip ve çalışma türü değişkenleri açısından anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Olumsuz değerlendirilme korkusunun cinsiyete göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşan çalışmalar (Çam ve diğ.,2010), (Köydemir ve diğ.,2007), (Karabulut ve diğ.,2013), (Alkan, 2015) bulunmaktadır. Bu araştırmada elde edilen bulguyu da desteklemektedir.

Öğrencilerin AOODK ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları puanların, anne eğitimine göre karşılaştırılması sonucunda; olumsuz değerlendirilme korkusunun davranışsal etkileri alt boyutunda farklılığın yönü olarak okuryazar olmayanlar ile üniversite mezunları arasında olduğu tespit edilmiştir.

Alan yazın incelendiğın de aynı ölçeği kullandığımız Alkan (2015)'da İlkokul mezunu ve altı eğitim seviyesinde ki annelerin çocuklarının AOODK Ölçeğinden aldıkları puanların ortalamalarıyla anlamlı fark bulmuştur.

8. sınıf öğrencilerinin akademik ortamlarda yaşadıkları olumsuz değerlendirilme korkusu 6. ve 7. sınıf seviyesinde ki öğrencilerine göre daha fazla olması konusunda bir beklenti oluşmuştur. Bu çalışmada elde edilen verilere göre, öğrencilerin akademik ortamlarda yaşadıkları olumsuz değerlendirilme korkuları sınıf düzeyine göre anlamlı bir fark göstermemiştir.

8. sınıf öğrencileri LGS sınavına gireceğinden sınav kaygısı yükselenlerin akademik ortamlarda olumsuz değerlendirilme korkularının yükselmesi beklenirken bu çalışmada Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Bilişsel Etkileri ve Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Davranışsal Etkileri konusunda bir bulgu elde edilememiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin akademik ortamlarda yaşadıkları olumsuz anlamda değerlendirilme korkusunun sınıf seviyesine göre farklılık göstermeme nedeni üstün ve özel yetenekli olan öğrencilerin bilgiye olan hakimiyeti ile bu korkuyu bertaraf etmiş olduklarıyla ifade edilebilir.

Öğrencilerin AOODK Ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları puanların kardeş sayısı durumuna göre karşılaştırılması sonucunda; olumsuz değerlendirilme korkusunun davranışsal etkileri alt boyutunda farklılığın yönü olarak kardeşi olmayanlar ile iki kardeşi olanlar arasında ve kardeşi olmayanlar ile üç kardeşi olanlar olarak tespit edilmiştir.

Aynı ölçeği kullandığımız Alkan (2015)'da tek çocuklu ailelerin çocuklarının AOODK ölçeğinden aldıkları puanların ortalaması ile iki çocuklu, üç çocuklu ve dört ve fazla

çocuğu olan ailelerin, çocuklarının AOODK Ölçeğinden alınan puanların ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmuştur.

Öğrencilerin olumsuz değerlendirileceği korkusu akademik ortamlarını olumsuz etkilediğine ilişkin bulgular Mckinney (2003) araştırmasında olsa da araştırmamız açısından böyle bir bulgu elde edilememiştir.

Seipp (1991)'e göre, kaygı düzeyi düşük öğrenciler yüksek olanlara göre daha başarılı olmaktadır. Seipp'in görüşleri araştırmamızı da desteklemektedir. Üstün ve özel yetenekli öğrenciler doğuştan getirdikleri özellikleri ile kaygı düzeylerini akademik ortam ile ilişkilendirmeden başarıya doğru güdülenmişlerdir.

Araştırma sonucunda aşağıdaki önerilerde bulunulabilir:

Olumsuz değerlendirilme korkusu, öğrencilerin kişisel-sosyal gelişimlerini olumsuz etkileyerek eğitim ve yaşam kalitelerinin düşmesine, hayatlarının kısıtlı bir alanda geçmesine neden olabilir. Bu bakımdan rehberliğin önleyici işlevi de göz önüne alınarak, üstün ve özel yetenekli öğrencilere akademik ortamlarda olumsuz değerlendirilme korkusu ile başa çıkma becerisi kazandırmaya yönelik rehberlik çalışmalarının önemli ve yararlı olacağı düşünülmektedir.

Alan yazın incelendiğinde üstün ve özel yetenekli BİLSEM öğrencilerine yönelik akademik korku çalışmasına rastlanılmamıştır. Bu alanda ki yazın eksikliği giderebilmek için ölçek boyutunda ve araştırma boyutunda çalışmalar yapılması faydalı olacaktır.

Olumsuz değerlendirilme korkusu üzerine yapılan araştırmalar incelendiğinde cinsiyete ilişkin farklılaşma ile bir bulguya ulaşılamadığı görülmektedir. Cinsiyete göre farklılaşma üzerine bir araştırma yapılması faydalı olacaktır. Bu araştırma grubu sınırlı sayı ve sınıflar ile gerçekleştirilmiştir. Benzer bir çalışma farklı sınıf seviyeleri ve farklı BİLSEM'leri de dâhil ederek gerçekleştirilebilir.

Kaynakça

- Alkan, V. (2015). Akademik Ortamlarda Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeğinin Geliştirilmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi.
- APA. (1980). American Psychiatric Association Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (3. Baskı). Washington DC: American Psychiatric Press.
- Baltacı, R. (2013). Üstün Zekâyı Yeteneğe Dönüştürmek: Gelişimsel Bir Teori Olarak Ayrımsal Üstün Zekâ ve Yetenek Modeli. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi, 14, 1-20.
- Baykoç, D. N. (2012). Üstün Yetenekli Çocuklar E. Nilgün METİN (Editör) Özel Gereksinimli Çocuklar. Ankara: Maya Akademi.

- Büyüköztürk, Ş. (2011). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı (14. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). Research Methods in Education. London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Çam, S., Sevimli, D., & Yerlikaya, E. (2010). Olumsuz Değerlendirilmekten Korkma Ölçeğine (ODKÖ) İlişkin Bir Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19 (1), 132-140.
- Demir, T. (1997). Çocuk ve Ergenlerde Sosyal Fobi: Epidemiyolojik Bir Çalışma (Basılmamış Tıpta Uzmanlık Tezi) İstanbul Üniversitesi İstanbul Tıp Fakültesi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Furmark, T., Tillfors, M., & Everz, P. O. (1999). Social Phobia in The General Population: Prevalence And Sociodemographic Profile. Soc Psych Psych Epid, 34: 416-424.
- Heckelman, L. R., & Schneier, F. R. (1995). Diagnostic Issues. Heimberg, R. G., Liebowitz M. R., Hope D. A. ve Schneier, F. R. (Ed.), Social Phobia: Diagnosis, Assessment, And Treatment (s. 3-20). New York, Guilford Press.
- Heimberg, R. G., Stein, M. B., & Hiripi, E. (2000). Trends In The Prevalence of Social Phobia in The United States: A Synthetic Cohort Analysis of Changes Over Four Decades. European, 15: 29-37.
- Heimberg, R. G., Hofmann, S. G., Liebowitz, M. R., Schneier, F. R., Smits, J. J., Stein, M. B., . . . Craske, M. G. (2014). Social Anxiety Disorder'in DSM-V. Depression And Anxiety, 31 (6), 472-479.
- Karabulut, E. O., & Bahadır, Z. (2013). Ümit Milli Judo Takımının Olumsuz Değerlendirilmekten Korkma ve Empatik Eğilim Düzeylerinin İncelenmesi. Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi Ve Spor Bilimleri Dergisi, 7 (2), 108-115.
- Karasar, N. (2005). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kline, R. B. (2011). Principles And Practice of Structural Equation Modeling (Third Edition). New York: The Guilford Press.
- Köydemir, S., & Demir, A. (2007). Psychometric Properties of The Brief Version of The Fear of Negative Evaluation Scale in a Turkish Sample. Psychological Reports, 100(3), 883-893.
- Mckinney, A. P. (2003). Goal orientation: A Test of Competing Models (Doktora tezi) Available From ProQuest Dissertations and Theses Database.

- Rodriguez, J. O., Rodriguez , P. A., & Alcazar, R. A. (2006). Sociodemographic and Psychological Features of Social Phobia in Adolescents. *Psichothema*, 18(2): 207-212.
- Sak, U. (2009). *Üstün Yetenekliler Eğitim Programları*. Ankara: Maya Akademi.
- Scheiner, F. R., Johnson, J., Hornig, C. D., Liebowitz, M. R., & Weissman, M. M. (1992). Social Phobia: Comorbidity and Morbidity in an Epidemiologic Sample. *Archives of General Psychiatry*, 49 (4), 282-288.
- Schreglmann, S. (2016). Türkiye’de Üstün Yetenekli Öğrenciler İle İlgili Yapılan Yükseköğretim Tezlerinin İçerik Analizi (2010–2015). *Üstün Yetenekliler Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 4, 14-26.
- Seipp, B. (1991). Anxiety and Academic Performance: A Meta-Analysis of Findings Anxiety Research. 4 (1), 27-41.
- TC. Milli Eğitim Bakanlığı. (2016, 11 04). Bilim ve Sanat Merkezleri Yönergesi. 2016. MEB, Tebliğler Dergisi. http://mevzuat.meb.gov.tr/html/2593_0.html adresinden alınmıştır
- Topçu, A. A. (2004). *Sosyal Fobi Olgularında Aile İçi Yaşantıların İncelenmesi (Basılmamış doktora tezi)*. İstanbul.
- Tortop, H. S. (2018). *Üstün Zekalılar Eğitiminde Farklılaştırılmış Öğretim Müfredat Farklılaştırma Modelleri*. İstanbul: Genç Bilge.
- Yıldırım, D. S. (2013). *Erken Çocukluk Döneminde Özel Eğitim (3. Baskı)*. Ankara: Maya Akademi.

İnsan Kaynakları Uygulamalarının İş Tatmini ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına Etkisi

The Effect of Human Resources Practices on Job Satisfaction and Organizational Citizenship Behavior

*Mahmut AKIN**

Başvuru Tarihi: 17.10.2019

Kabul Tarihi: 25.10.2019

Özet

İnsan kaynakları işletmelerin en önemli varlığı ve rekabetteki en önemli silahıdır. Bu yüzden örgütlerde insan kaynaklarına yönelik olarak gerçekleştirilen uygulamalar büyük önem taşımaktadır. İnsan kaynakları uygulamalarının örgütsel davranışlar açısından nasıl bir etki oluşturacağı konusundaki merak bu çalışmanın düşünce altyapısını oluşturmaktadır. Bu kapsamda öncelikle örgütsel vatandaşlık davranışları ve iş tatmini hakkında yazın taraması yapılmıştır. Devamında, Kayseri’de faaliyet gösteren 5 büyük ölçekli işletmedeki mavi yakalı çalışanların, insan kaynakları uygulamaları, örgütsel vatandaşlık davranışları ve iş tatmini ölçeklerindeki ifadelerine ne ölçüde katıldıkları sorulmuştur. Elde edilen veri setine uygulanan korelasyon analizinin sonucuna göre insan kaynakları uygulamalarının iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışları ile anlamlı ve pozitif yönlü ilişkilerinin bulunduğu görülmüştür. Ayrıca regresyon analizi sonuçlarına göre insan kaynakları uygulamalarının iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışlarını pozitif yönde etkilediği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: İnsan Kaynakları Uygulamaları, İş Tatmini, Örgütsel Vatandaşlık Davranışları

* Bozok Üniversitesi İİBF, mahmut.akin@bozok.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0732-0483

Abstract

Human resources are the most important asset and the most important weapon in competition. For this reason, human resources practices in organizations are of great importance. The curiosity about how human resources practices will have an impact on organizational behaviors constitutes the thought base of this study. In this context, first of all, literature review was conducted about organizational citizenship behaviors and job satisfaction. In addition, human resources practices, organizational citizenship behaviors and job satisfaction scales were applied to blue-collar employees in 5 large-scale enterprises operating in Kayseri. According to the results of the correlation analysis applied to the data set, it has been found that human resources practices have a significant and positive relationship with job satisfaction and organizational citizenship behaviors. In addition, according to the results of regression analysis, it has been seen that human resources applications positively affect job satisfaction and organizational citizenship behaviors.

Keywords: Human Resources Practices, Job Satisfaction, Organizational Citizenship Behavior

Giriş

Küresel rekabette üstünlüğün sırrı insan kaynaklarıdır. İşletmeler insan kaynaklarının omuzlarında yükselir. İnsan kaynaklarının değerinin farkında olmayan, onlara özen göstermeyen, yeterli imkânlar sağlamayan işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlamaları ve bunu sürdürmeleri mümkün değildir. Nitelikli insan kaynaklarını işletmeye çekebilmek, işletmede tutabilmek ve başarılı bir şekilde çalışmalarını sağlayabilmek için insan kaynakları uygulamaları önem taşımaktadır. Adil ve etkili insan kaynakları uygulamaları geliştirilmesinin, çalışanları motive etmesi, iş tatminlerini artırması ve böylece daha kaliteli iş çıkarmalarını sağlaması beklenir (Maimako ve Bambale, 2016: 3).

Günümüz işletmelerinde insan kaynaklarının severek ve istekli bir biçimde çalışmaları, iş tatminlerinin yüksek olması, tanımlı görevlerini gereği gibi yapmalarının yanı sıra, örgütsel vatandaşlık davranışları da göstermeleri beklenmektedir.

Bu kapsamda, bu çalışmanın amacı, işletmelerdeki insan kaynakları uygulamalarının, çalışanların iş tatminlerine ve örgütsel vatandaşlık davranışlarına etkisinin belirlenmesidir. İnsan kaynakları uygulamaları, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışları konularında çok sayıda araştırma yapılmış olması rağmen üç konuyu birlikte ele alan çalışma sayısı azdır. Bu çalışmada özellikle insan kaynakları uygulamalarının etkilerine dikkat çekilmeye çalışılmaktadır.

Araştırmaya öncelikle yazın taramasıyla başlanmış, örgütsel vatandaşlık davranışları ve iş tatmini ile ilgili yapılmış çalışmalar değerlendirilmiştir. Devamında Kayseri’de faaliyet gösteren büyük ölçekli beş mobilya fabrikasında, hazırlanmış olan araştırma formu çalışanlara uygulanmıştır. Araştırma formunda yer alan ölçeklerin ilgili değişkenleri

ölçebildiği, araştırma katılımcılarının verdiği cevapların gerçeği yansıttığı varsayılmıştır. Ölçeklerle elde edilen veriler regresyon ve korelasyon analizlerine tabi tutularak sonuçlar yorumlanmıştır. Araştırma yalnızca mobilya sektöründeki beş firmayı kapsadığı için genelleme imkânı sınırlıdır. Farklı sektörlerde ve daha geniş örneklem içeren çalışmalar yapılırsa elde edilen sonuçların genellenebilirliği artırılabilir.

Aşağıda araştırmanın değişkenleri olan örgütsel vatandaşlık davranışları ve iş tatmini hakkında yazın taramasından elde edilen bilgiler verilecektir.

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

Bu kısımda araştırma başlıklarından birisi olan ÖVD'nin tanımı ve boyutları, kuramsal temeli, öncülleri, önemi ve sonuçları başlıklarında bilgi verilecektir.

ÖVD'nin Tanımı ve Boyutları

Örgütsel vatandaşlık davranışı (ÖVD) , örgütün ödüllendirme sisteminde doğrudan ve açıkça değerlendirmeye alınmayan ve örgütün amaçlarına ulaşmasına katkı sağlayan isteğe bağlı davranışlardır (Organ, 1997: 86). ÖVD'nin resmi ödüllendirme sisteminde bulunmaması, bu davranışların hiçbir zaman ödüllendirilmeyeceği anlamına gelmez. ÖVD gösteren kişiler çalışma arkadaşları ve yöneticiler üzerinde oluşturacakları olumlu izlenim sayesinde farklı şekillerde ödüllendirilebilirler. Fakat bu ödüllendirme resmi olarak belirlenmemiştir ve kesin değildir (Organ, 1997:87). Son zamanlarda ÖVD'nin performans değerlendirme sistemlerinde doğrudan veya dolaylı olarak dikkate alındığı ve ödüllendirildiği kabul edilmektedir (Dalal, 2005: 1241; Gürbüz, 2006: 51).

ÖVD ile ilgili çözülmesi gereken bir problem; “rol davranışları” ile “fazladan rol” davranışları arasındaki farktır. Büro çalışanları üzerinde yapılan bir çalışmada, rol davranışlarıyla fazladan rol davranışları arasındaki sınırın açıkça tanımlanmadığı görülmüştür. Bu durumda personelin ÖVD, bireysel sorumluluklarını ne kadar geniş tanımladıklarına bağlı olarak şekillenecektir (Morrison, 1994: 1543). Örgüt yöneticileri rol davranışlarının ve fazladan rol davranışlarının neler olduğunu personelin tercihlerine bırakmamalı, işin başarısı için çok önemliyse, çalışma arkadaşına yardım etmek gibi davranışlar da rol tanımları içerisinde yer almalıdır (Morrison, 1994: 1563).

Organ ve arkadaşları başlangıçta ÖVD'nin başkalarını düşünme (kişisel) ve vicdanlılık (örgütsel) olmak üzere iki boyutu bulunduğunu ifade etmişlerdir. ÖVD'nin iki boyutlu modeli, daha karmaşık ÖVD modellerinin temelini oluşturmuştur. İki boyutlu modelin ardından, Organ tarafından getirilen öneri ile ÖVD beş boyutta ele alınmaya başlanmıştır (Dalal, 2005: 1242; Van vd., 1994: 794).

Örgütsel vatandaşlık davranışının beş boyutu şunlardır; özgecilik veya diğergamlık, vicdanlılık, sportmenlik, nezaket ve sivil erdem (Karabey ve İşcan, 2007:232-233; Gürbüz, 2006: 55).

Özgecilik, örgüt içerisinde işlerin yapılmasıyla ilgili olarak diğer çalışanlara karşılıksız olarak yardım etmeyi içerir. İşinde başarısız olan arkadaşına destek olma, sağlık problemlerinden dolayı işe geç kalan arkadaşının işini üstlenme, işe yeni başlayan

arkadaşına işe alıştırmaya yardımında bulunma, iş yükü ağır olan arkadaşına yardım etme, arkadaşının ihtiyaç duyduğu materyalleri temin etme gibi uygulamaları içerir.

Vicdanlılık, işe devam etme, dakiklik, örgütün kaynaklarını koruma gibi konularda rol davranışlarından daha fazlasını yapmaya istekli olmaktır. İşi bitirmek için fazladan çalışma, kötü hava şartlarında ve hasta olduğu zamanlarda işe gelme, çay molalarını zamanında bitirme, toplantılara düzenli olarak katılma, örgütün ve çalıştığı bölümün kurallarına uyma, örgütün su, elektrik ve yakıt gibi kaynaklarını tasarruflu kullanma davranışları bu kapsamdadır.

Centilmenlik, çalışanların kendi aralarında gerginliğe ve çatışmaya sebep olabilecek davranışlardan kaçınmaları, iş arkadaşlarına saygılı olmaları, küçük sorunlardan dolayı şikâyetle bulunmamaları, sorunları büyütmemeleri, yapıcı olmaları, dışarıda örgüt imajını korumaları ve örgüt faaliyetlerini savunmaları tarzındaki davranışlardır.

Nezaket, örgüt içerisinde birbirlerinin karar ve davranışlarından etkilenecek kişilere yönelik olumlu davranışlar göstermeleridir. Verilecek bir karardan veya atılacak bir adımdan etkilenecek çalışma arkadaşlarına ve onların haklarına saygılı olma, bilgi verme, görüşlerini alma, onlara gerekli uyarıları yapma şeklindeki davranışlardır.

Sivil Erdem, örgütün faaliyetleriyle ilgilenecek gelişimine destek olmayı içerir. Örgütle ilgili sorunların tartışılmasına katılma ve çözüm önerileri getirme, örgüt içerisindeki değişimleri benimseme ve çalışanlarca benimsenmesine yardım etme şeklindeki davranışları içerir.

Her ne kadar ÖVD'nin yukarıda ifade edilen boyutları arasında korelasyon bulunsun da, örgüt çalışanları, kişilik farklılıkları, yapısal engeller, teşvikler, onaylama, yöneticilerin tarzı ve yöneticilerin beklentileri gibi unsurlardan dolayı bazı boyutlarda yer alan davranışları daha fazla sergileyebilirler (Van vd., 1994: 765).

ÖVD kavramına yakın kavramlardan birisi bağlamsal performanstır (Organ ve Ryan, 1995: 776). Bağlamsal performans, örgüt mensuplarının, örgütte gerçekleştirilen tüm işlere katkı sağlayabilen, iş tanımında yer alması gerekmeyen, örgütün sosyal ve psikolojik ortamına katkı sağlayan her türlü faaliyeti sonucunda ortaya çıkan performanstır. ÖVD ile bağlamsal performans arasındaki temel fark ÖVD karşılığında önceden belirlenmiş resmi bir ödül söz konusu olmazken bağlamsal performansın ödüllendirilmesidir (Özdevecioğlu vd., 2014: 4-5).

ÖVD'nin Kuramsal Temeli

Örgütsel vatandaşlık davranışları 1980'li yıllarda yazında yerini almasına rağmen, önceden geliştirilmiş bazı teorilere dayanmaktadır. Bunlardan birisi Sosyal Mübadele Teorisidir (Gürbüz, 2006: 52). Sosyal Mübadele Teorisi (SMT) Blau tarafından 1964 yılında geliştirilmiştir. SMT'nin özünde taraflardan birinin diğerine bir katkı sağladığında, diğer tarafın da bu katkıya aynı şekilde karşılık vermesinin beklenmesi vardır. Karşılığın ne zaman ve ne şekilde verileceği gönüllülük esasına göre şekillenir. Tarafların değişimden elde edecekleri kazançlar pazarlık konusu yapılmaz ve kişilerin

takdirine bırakılır. Bu yüzden SMT geleceğe yönelik niteliği belirlenmemiş yükümlülükler ortaya çıkarır. SMT'nin işleyişi güven ve arkadaşlığa dayalıdır.

Dolayısıyla SMT kapsamında ÖVD'nin gösterilmesi personelin, örgütlerinin kendilerine ne kadar katkı sağladığına ve nasıl davranıldığına ilişkin algılamalarına bağlıdır. Özellikle algılanan örgütsel adalet ve örgütün çalışma şartları bu konuda büyük önem taşımaktadır. Adaletsizlik algılaması ve olumsuz çalışma şartlarının bulunması durumunda personel ÖVD göstermeyeceği gibi, devamsızlık ve işten ayrılma gibi olumsuz davranışlar da sergileyecektir. (Gürbüz, 2006: 53).

ÖVD'nin dayandığı diğer bir teori, Adams'ın eşitlik teorisidir. Kişi örgüt için gösterdiği gayret karşılığında elde ettiği ödülleri başkalarının gösterdiği gayret karşılığında örgütten aldıkları ödüllerle kıyaslar. Adalet algılaması ortaya çıkarsa bu durum kişinin ÖVD sergilemesine katkı sağlayacaktır (Smith vd., 1983: 655). Bu durum örgütlerde performans değerlendirme ve ödüllendirmenin önemini ortaya koymaktadır. Bir örgütte yüksek düzeyde gayret göstererek yüksek performans gösteren kişiler, düşük gayret ve performans gösteren kişilere göre daha fazla ücret ve ödül elde edemezlerse adaletsizlik algılaması oluşur. Bu durum da ÖVD'nin gösterilmesine engel olur.

ÖVD'nin Öncülleri

Yapılan araştırmalar ÖVD'nin en güçlü öncülünün iş tatmini olduğunu göstermiştir (Organ ve Ryan, 1995: 775; Smith vd., 1983: 654; Gürbüz, 2006: 57). Dolayısıyla örgütlerde çalışanların yüksek iş tatminine sahip olmaları, daha fazla örgütsel vatandaşlık davranışı gösterecekleri anlamına gelir. Çalışanlar kendilerine sunulan imkânların ve işlerinden memnuniyetlerinin karşılığı olarak çalıştıkları kuruma, resmi görevlerinden daha fazla katkı sağlamaya çalışırlar (Robbins ve Judge, 2012: 85).

ÖVD'nin diğer öncülleri ise, algılanan örgütsel adalet, örgütsel bağlılık, lider desteği, çalışanın özellikleri, işin özellikleri, çalışma ortamı, görev bağımsızlığı ve örgütsel özelliklerdir. Bu unsurlar ÖVD'na bazen doğrudan, bazen de iş tatminini artırarak dolaylı şekilde katkı sağlamaktadır (Organ ve Ryan, 1995: 775; Smith vd., 1983: 655; Farh vd., 1997: 421; Gürbüz, 2006: 57).

Yapılan araştırmalarda ÖVD'nin farklı öncüllerinin de bulunduğu belirlenmiştir. Belirlenmiş olan bu öncüller aşağıda sıralanmıştır:

- Personelin, örgütlerinin dış imajlarını yüksek bulmaları durumunda, örgütleriyle özdeşleşmelerinin yükseldiği, örgütsel özdeşleşmenin de örgütsel vatandaşlık davranışlarını artırdığı görülmüştür (Karabey ve İşcan, 2007: 231).
- Personelin, örgütlerine duygusal bağlılıklarının yüksek olması ve örgütleriyle psikolojik sözleşmelerini olumlu yönde algılamalarının örgütsel vatandaşlık davranışlarını güçlendirdiği görülmüştür (Gürbüz, 2006: 48,54).
- Toplumcu kültür yapısının değerlerine sahip insanların bireyci kültür yapısının değerlerine sahip insanlara oranla daha fazla örgütsel vatandaşlık davranışları sergiledikleri görülmüştür (Moorman ve Blakely, 1995: 127).

- Kontrol amaçlı olarak personelin izlenmesinin örgütsel vatandaşlık davranışlarının azalmasına sebep olduğu görülmüştür. Bazı izleme türleri ise örgütsel adalet algılamasını artırdığı için ÖVD'yi artırmaktadır (Niehoff ve Moorman, 1993:527).

Buraya kadar ÖVD'nin ortaya çıkmasına katkı sağlayan farklı öncüller ifade edilmesine rağmen, çalışanların ÖVD sergilemeleri, mutlaka bir karşılık için değildir. İnsanlar, kültürel özellikleri, değer yargıları ve inançlarından dolayı karşılıksız olarak ÖVD gösterebilirler (Gürbüz, 2006: 54).

ÖVD'nin Önemi ve Sonuçları

ÖVD ile ilgili yazında oldukça fazla sayıda araştırma bulunmaktadır. Konu üzerinde bu derecede fazla durulmasının sebebi öneminden ve güncelliğini yitirmemesinden kaynaklanmaktadır. Rekabetçi iş dünyasında örgütler, resmi iş tanımlarında yazılı olan işlerden daha fazlasını gönüllü olarak yapmaya istekli çalışanlara ihtiyaç duymaktadır. Yapılan araştırmalarda bu nitelikte çalışanları olan örgütlerin diğerlerine göre daha yüksek performans gösterdikleri belirlenmiştir (Robbins ve Judge, 2012: 26; Gürbüz, 2006: 49). ÖVD'nin örgüt performansını artırdığını doğrulayan çok sayıda araştırma sonucu bulunmaktadır (Podsakoff ve MacKenzie, 1997: 133).

Farklı araştırmalarda ÖVD'nin yüksek düzeyde sergilendiği örgütlerde, personelin iç motivasyonlarının ve kendilerine güvenlerinin arttığı, işgücü devir hızının düştüğü, personel arasındaki çatışmaların azaldığı, verimliliğin ve performansın yükseldiği görülmüştür (Gürbüz, 2006: 57).

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile İnsan Kaynakları Uygulamaları Arasındaki İlişkiler

Morrisson (1996), bir kurumun insan kaynakları yönetimine ilişkin politika ve uygulamalarının örgütsel vatandaşlık davranışlarını ortaya çıkarmada etkili olduğunu savunmaktadır. Morrison, (1996) özellikle, seçim ve sosyalizasyon, değerlendirme ve ödüllendirme, kural ve iş tanımları politika ve uygulamalarına ilişkin işletmeler tarafından kabul gören yaklaşımların çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemelerini teşvik ettiğini ileri sürmektedir. Dolayısıyla bu yaklaşıma göre bir kurumun sahip olduğu insan kaynağını yönetme şekli, çalışan-işveren ilişkisi ve koşulları örgütsel vatandaşlık davranışını etkilemektedir. Örgütsel vatandaşlık davranışı kavramının yazına kazandırılmasında birçok önemli çalışmaya imza atan Organ (1990)'da insan kaynakları uygulamaları ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki pozitif ilişkiyi belirtmektedir.

Paré ve Tremblay (2007) Kanada Bilgi İşlem Derneği'nin Quebec'deki üyeleri üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada insan kaynakları uygulamaları, işlem adaleti, örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkileri ortaya koymaya çalışmışlardır. 394 bilgi teknolojisi uzmanından elde edilen verilerle gerçekleştirilen araştırma sonucunda tanınma uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık

davranışı arasında 0,38 düzeyinde, güçlendirme uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında 0,18 düzeyinde, adil ödüllendirme uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında 0,15 düzeyinde, yetenek geliştirme uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında 0,28 düzeyinde ve bilgi paylaşımı uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında 0,20 düzeyinde anlamlı ilişkiler tespit etmişlerdir.

Sun ve arkadaşları (2007) Çin Halk Cumhuriyeti'nin doğu sahil bölgesinde yer alan 12 şehirde faaliyet gösteren otellerdeki 81 insan kaynakları yöneticisi ve 405 denetmenden elde ettikleri verilerle yapmış oldukları analizler sonucunda insan kaynakları uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında 0,38 düzeyinde anlamlı ilişkiler tespit etmişlerdir.

Yang (2012) ise gerçekleştirdiği çalışmada insan kaynakları uygulamaları, duygusal bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkileri ortaya koymaya çalışmıştır. Tayvan'daki restoranlarda çalışan 172 katılımcı ile gerçekleştirdiği araştırma sonucunda tanınma uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında 0,33 düzeyinde, güçlendirme uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında 0,38 düzeyinde, adil ödüllendirme uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında 0,38 düzeyinde, yetenek geliştirme uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında 0,52 düzeyinde ve bilgi paylaşımı uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında 0,40 düzeyinde anlamlı ilişkiler tespit etmiştir.

Lam ve arkadaşları (2009) ise insan kaynakları uygulamaları örgütsel vatandaşlık davranışı ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkileri ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada kullandıkları verileri Çin-Japonya ortak girişimi ile dünya pazarlarına bir dizi otomobil, motosiklet ve güç ekipmanı sunan dünyaca ünlü bir otomobil üreticisinde istihdam edilmiş olan 37 yönetici ve 115 çalışandan toplamışlardır. Yapılan analizler sonucunda insan kaynakları uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında 0,50 düzeyinde bir ilişki tespit etmişlerdir. Regresyon analizi sonucunda ise insan kaynakları uygulamalarının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır ($\beta = ,65$).

İş Tatmini

Çalışan insan, ömrünün önemli kısmını iş yerinde geçirmektedir. Kişinin yaşamında mutlu olabilmesi ve psikolojik olarak sağlıklı olabilmesi için işinden memnuniyet duyması önemlidir. (Keser ve Güler, 2016: 231). İş tatmini, üzerinde oldukça fazla araştırma yapılmış bir kavramdır. Konu ile ilgili geçmişten günümüze yaklaşık on bin makalenin yayınlandığı belirlenmiştir (Wright, 2006: 262). İş tatminine bu kadar büyük ilgi gösterilmesinin sebebi insan kaynaklarının verimliliğine katkı sağladığının düşünülmesidir (Wright, 2006: 262).

İş tatmininin ilk tanımlarından birini 1931 yılında çok sayıda vaka analizi gerçekleştiren Fisher ve Hanna yapmıştır. Onlara göre iş tatmini; “düzenli olmayan duygu durum

eğiliminin bir ürünüdür” (Zhu, 2013:293). Locke’un (1969:10) İş tatmini nedir? Başlıklı makalesinde iş tatmininin; “kişinin işini değerlendirdiğinde ortaya çıkan memnuniyet verici duygusal durum” olarak tanımlandığı görülmektedir. Churchill ve arkadaşları (1974:255) iş tatminini; “ücret, ödüllendirme, çalışma arkadaşları, meslek ve yöneticileri kapsayan duygusal ifadeler” olarak tanımlamıştır. Davis’e (1988:96) göre iş tatmini, “işgörenlerin işlerinden duydukları hoşnutluk veya hoşnutsuzluktur”. Robbins ve Judge’a (2012:76) göre ise iş tatmini, “bir işin özelliklerinin değerlendirilmesi sonucu iş hakkında oluşan pozitif duygudur.”

Bütün bu tanımlar değerlendirildiğinde iş tatmini; kişinin işinden memnuniyet düzeyi olarak kabul edilmiştir. İş tatminini tanımlamanın ardından, nelerin iş tatmini sağladığının belirlenmesi gereklidir.

İş tatmini alanında çalışma yapan öncü isimlerden birisi Hopprock’tur (Bowling ve Cucina: 2015:109). Hopprock 1932 yılında iş tatmini ile ilgili yaptığı ilk çalışmada, kişinin iş yerindeki sosyal statüsünün, sahip olduğu otonominin, çalışma arkadaşları ve yöneticisiyle ilişkilerinin iş tatmini üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu belirlemiştir. Daha sonra 500 öğretmen üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada da benzer sonuçlar elde etmiş ve bu çalışmayı içeren iş tatmini isimli bir kitap yayınlamıştır (Bowling ve Cucina: 2015:110).

İş tatmini alanında göze çarpan diğer araştırmacı Super (1939:547) yayınladığı makalede iş tatmini üzerinde etkili olan faktörlerin sırasıyla, işin doğası, ekonomik faktörler ve yönetim politikaları olduğunu ifade etmiştir. Araştırmasının diğer bir bulgusu da yaşla birlikte iş tatmininin artmasıdır.

İş tatmini konusunda çalışmalar yapan Vroom 1962 yılında iş tatmininin kaynaklarını 7 başlık altında toplamıştır. Bunlar; ücret, yönetici, çalışma arkadaşları, işin içeriği, teşvikler ve örgüttür. (Zhu, 2013:293).

Robbins ve Judge’a (2012:82) göre iş yerinin sosyal ortamı çalışanların iş tatminleri ile güçlü bir ilişkiye sahiptir. Dolayısıyla çalışma arkadaşları ile iyi ilişkileri bulunan ve onlardan sosyal destek gören çalışanların iş tatminlerinin yüksek olması beklenir.

Seashore ve arkadaşları iş tatminini etkileyen faktörleri bireysel ve çevresel faktörler olarak ikiye ayırmışlardır (Zhu, 2013:293). Bireysel faktörler; demografik özellikler, yetenek, karakter, algı, beklentiler, çalışma süresidir. Çevresel faktörler ise; İş ortamı, örgüt ortamı, endüstriyel ortam, politik ve ekonomik ortamdır.

Konu üzerinde yapılmış çalışmalar değerlendirildiğinde iş tatminini açıklayan faktörlerin benzerlik gösterdikleri görülmektedir. İş tatmini yazınına göre iş tatminini açıklayan beş temel faktör bulunmaktadır Bunlar, “ücret, işin özelliği, yönetim politikaları, çalışma arkadaşları ve kariyer fırsatlarıdır” (Keser ve Güler, 2016: 231; Aziri, 2011:81)

Bu faktörlerden ücretin iş tatmini üzerindeki etkisi değerlendirilirken kişinin refah seviyesine bakılması gereklidir. Yeterli refah seviyesine ulaşmış çalışanlar için ücretin iş tatmini sağlama etkisi ortadan kalkmaktadır (Robbins ve Judge, 2012:82).

Wexley ve arkadaşları iş tatmininin oluşmasında beklentilerle, beklentilerin gerçekleşme düzeyine dikkat çekmişlerdir. Onlara göre kişinin iş tatmini veya tatminsizliği beklediği iş ortamı ile gerçekleşen iş ortamının ne derecede örtüştüğüne bağlı olarak şekillenir (Zhu, 2013:293). İş ortamında iş tatminini etkileyen unsurlar; ücret, yönetim tarzı, iş, iş güvenliği, çalışma arkadaşları ve teşviklerdir. Kişinin iş ortamına yönelik beklentilerinin oluşmasında ise; kişisel özellikleri, ihtiyaçları, geçmiş iş deneyimleri ve toplumun mevcut özellikleri rol oynar. Dolayısıyla şartlar herkes için aynı olmasına rağmen işgörenlerin iş tatminleri farklılık gösterir. Beklentileri düşük olan kişinin iş tatmini yüksek olurken, beklentileri yüksek olan kişinin iş tatmini düşük olabilir.

Örgütlerde iş tatmininin yüksek veya düşük olmasının sonuçlarının neler olabileceği konusunda da araştırmalar yapılmış ve çeşitli bulgular elde edilmiştir. Wexley ve arkadaşları iş tatmininin çıktılarını bireysel, örgütsel ve sosyal olarak üçe ayırmışlardır (Zhu, 2013:293). Bireysel çıktılar, bireysel performans ve işten ayrılma niyeti gibi sonuçlardır. Örgütsel çıktılar, işgücü devir hızı ve devamsızlık oranı gibi sonuçlardır. Sosyal çıktılar ise, milli gelir ve sosyal istikrar gibi sonuçlardır.

İş tatmininin sonuçları konusunda çok sayıda araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalara göre, iş tatmini yüksek çalışanların bulunduğu işletmelerde, verimliliğin, çalışan performansının, örgütsel vatandaşlık davranışlarının, örgütsel bağlılığın, müşteri memnuniyetinin yüksek olduğu, devamsızlık, işgücü devir hızı, iş kazaları, işe alım-eğitim maliyetlerinin ve sapkın davranışların düşük olduğu belirlenmiştir (Robbins ve Judge, 2012:83-87; Aziri,2011:79; Maimako ve Bambale, 2016: 3).

Araştırmamızda ele alınan ve iş tatmini ile ilişkisi olduğu düşünülen ikinci konu insan kaynakları uygulamalarıdır. Yapılan araştırmalarda seçim ve işe alım, eğitim ve geliştirme, performans değerlendirme ve ücretlendirme gibi insan kaynakları uygulamalarının çalışanların iş tatminleriyle anlamlı ve pozitif yönlü ilişkisi görülmüştür (Maimako ve Bambale, 2016:9; Ijigu, 2015:7; Alzalabani ve Modi, 2014:47). Bu durum etkili insan kaynakları uygulamalarının iş tatminine katkı sağlayabileceğini göstermektedir.

Fakat gözden kaçırılmaması gereken bir konu vardır. İşletmelerde daha çok ve daha iyi insan kaynakları uygulaması gerçekleştirilmesi doğrudan çalışanların iş tatminlerini yükseltmemektedir. Bu noktada etkili olan konu insan kaynakları uygulamalardan hangilerinin popüler olduğu ve çalışanların hangilerini talep ettiği. İnsan kaynakları uygulamalarının algılanan popülerliği ile iş tatmini arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Dolayısıyla Popüler olmayan ve çalışanların istemediği insan kaynakları uygulamaları iş tatminine katkı sağlamamaktadır. (Byrne vd., 2010: 451).

Yapılan bir araştırmada, beceri artırıcı, motive edici, işe gönülden adanmayı güçlendirici insan kaynakları uygulamalarının her birinin çalışanların iş tatmini ile anlamlı ve pozitif yönlü ilişkisinin olduğu görülmüştür. Aynı araştırmada, beceri artırıcı ve motive edici insan kaynakları uygulamalarının hem iç hem de dış iş tatmini ile işe gönülden adanmayı güçlendirici insan kaynakları uygulamalarının ise yalnızca iç iş tatmini ile anlamlı ve pozitif yönlü ilişkisinin bulunduğu görülmüştür. (Savaneviciene ve Stankeviciute, 2011:

925-926) Farklı araştırmalarda da insan kaynakları uygulamalarının iş tatminini güçlendirdiği görölmüştür. (Absar vd., 2010:31)

Araştırmamızda ele alınan ve iş tatmini ile ilişkisi olduğu düşünölen üçüncü değişken örgütsel vatandaşlık davranışlarıdır. Yapılan çok sayıda araştırmada iş tatmini ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişki görölmüştür. (Jena ve Goswami, 2013:43; Sawitri vd., 2016:41; Biswas ve Mazumder, 2017:13; Andrade vd., 2017:256; Lu vd., 2013:173; Ünal, 2013:263) Organ ve Ryan yaptıkları meta analitik çalışmada değerlendirdikleri 55 araştırmada iş tatmini ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu sonucuna ulaşmışlardır (Biswas ve Mazumder, 2017:10). Bateman ve Organ iş tatmininin örgütsel vatandaşlık davranışlarına yol açmasının iki sebebini ifade etmiştir. Birincisi, kişinin işinden memnuniyetinin yüksek olmasına karşılık olarak örgütsel vatandaşlık davranışları göstermesidir. İkincisi, iş tatmininin kişide oluşturduğu olumlu duygusal durumun örgütsel vatandaşlık davranışlarına sebep olmasıdır. İş yerinde mutlu ve tatminli olan çalışan bunun karşılığını işyerine vermek için kendini sorumlu hissetmektedir. (Jena ve Goswami, 2013:43) Bu durum sosyal değerrişim teorisi ile uyumludur.

Yöntem

Çalışmanın bu bölümünde, Kayseri’de mobilya sektöründe faaliyet göstermekte olan 5 büyük ölçekli işletmede istihdam edilmiş olan işgörenlerden çalışmanın amacı doğrultusunda hazırlanmış olan anket formu vasıtasıyla elde edilen verilerle gerçekteşirilen bir araştırma yer almaktadır.

Bu bölümde sırasıyla araştırmanın önemi, amacı ve kapsamı, kısıtları, araştırmanın modeli ve dayandığı hipotezler ile araştırmanın yöntemi açıklanmaktadır. Bölümün son kısmında ise araştırma sonucunda elde edilen bulguların değerlendirilmesine yer verilmiştir.

Ana Kitle ve Örnekleme

Araştırmanın ana kütesini Kayseri’de mobilya sektöründe faaliyet göstermekte olan 5 büyük ölçekli mobilya işletmesinde çalışan mavi yakalı işgörenler oluşturmaktadır. Ana kütlede yer alan toplam mavi yakalı çalışan sayısı öğrenilememiştir. Ancak bu beş işletmedeki 398 işgörenden veri toplanmıştır. % 5 güven aralığında örnek büyüklüğünün 322 olması durumunda çok büyük (500.000 ve üzeri) ana kütleleri bile temsil edebilmektedir (Kurtuluş, 1998:236). Bu durumda Toplanmış olan veri sayısının ana kütleyle temsil edebilecek büyüklükte olduğu söylenebilir.

Araştırmanın Kısıtları

Araştırmanın temel kısıtlarını çoğu çalışmada olduğu gibi zaman ve maliyet kısıtları oluşturmaktadır. Araştırmanın ana kütesini Kayseri ilinde mobilya üretimi yapan 5 işletmede çalışmakta olan tüm mavi yakalı işgörenler oluşursa da, işgörenlerin tamamına ulaşılamamış, ulaşılabilen 398 kişi ile çalışma gerçekteşirilmiiştir.

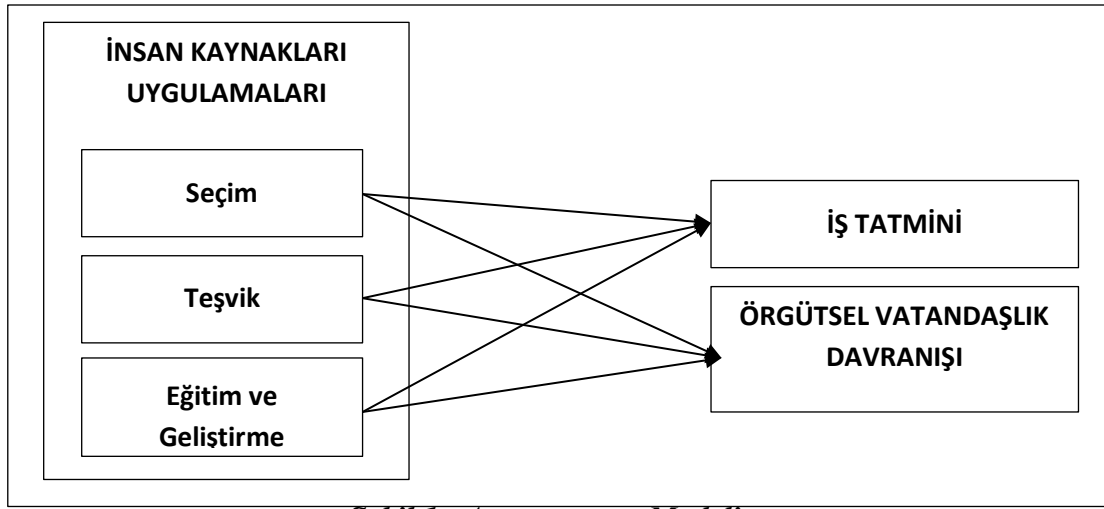
İşgörenlerin anket formunu doldurmak için zaman ayırmak istememesi ve isteksiz davranmaları da araştırmannın başka bir kısıtını oluşturmuştur. Ayrıca anket formunda yer alan tüm ifadelerin katılımcılar tarafından doğru şekilde anlaşıldığı ve objektif olarak cevaplandırıldığı varsayılmaktadır.

Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan hipotezler ve araştırma modeli aşağıdaki gibidir.

H₁: İnsan kaynakları uygulamalarının iş tatmini üzerinde etkisi vardır.

H₂: İnsan kaynakları uygulamalarının örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde etkisi vardır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veri toplama aracı olarak biçimlendirilmiş veri formu olan anket (Nakip, 2004: 97) kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde araştırmanın amacı doğrultusunda belirlenmiş olan ölçeklerde yer alan toplam üç değişkene ait 60 ifade; ikinci bölümünde ise katılımcılara ait 4 demografik değişken yer almaktadır.

Tüm ölçeklerde yer alan ifadeler 5 dereceli Likert formatında cevaplanacak şekilde oluşturulmuş ve ölçeğin yönergesi ve basımı buna uygun olarak yapılmıştır. Derecelendirme, “kesinlikle katılmıyorum” (1), “katılmıyorum”, “kararsızım”, “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” (5), şeklinde yapılmakta ve puanlanmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde anket formunda yer alan ölçeklere ilişkin bilgiler yer alacaktır.

İnsan Kaynakları Uygulamaları Ölçeği: Katılımcıların insan kaynakları uygulamalarına ilişkin algılarını ölçmek amacıyla Collins ve Smith (2006) tarafından geliştirilmiş olan, 16 ifade ve 3 alt boyuttan oluşan “İnsan Kaynakları Uygulamaları Ölçeği”nden faydalanılmıştır. Ölçeğin alt boyutları Seçim, Terfi, Eğitim ve Geliştirme şeklindedir. Bu

ölçekteki ifadelerle verilen cevaplara göre personelin insan kaynakları uygulamaları hakkında olumlu veya olumsuz bir algıya sahip olduğu öğrenilebilmektedir.

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği: Katılımcıların örgütsel vatandaşlık davranışı düzeylerini belirlemek amacıyla Podsakoff ve arkadaşları (1990) tarafından geliştirilmiş olan “Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği”nden faydalanılmıştır. Ölçek 24 ifadeden oluşmaktadır. Ölçekte yer alan ifadelerle verilen cevaplara göre kişinin hangi düzeyde örgütsel vatandaşlık davranışları gösterdiği belirlenebilmektedir.

İş Tatmini Ölçeği: İşgörenlerin iş tatmin düzeylerini tespit etmek amacıyla 2 boyut ve 20 ifadeden oluşan “Minnesota İş Tatmin Envanteri” kullanılmıştır. Ölçekteki sorulara verilen cevaplara göre kişinin işinden ne ölçüde tatmin olduğu belirlenebilmektedir.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmanın ana kümesini Kayseri’de mobilya üretimi yapan büyük ölçekli 5 işletmede çalışmakta olan mavi yakalı işgörenler oluşturmaktadır. Bu işletmelerde çalışmakta olan tüm mavi yakalı işgörenlerle yüz yüze görüşülerek anket formu uygulanmış ve araştırmaya esas teşkil edecek verilerin toplanması sağlanmıştır.

Anket yardımı ile birincil kaynaktan toplanan veriler istatistiksel paket programları yardımıyla değerlendirmeye alınmıştır. Değerlendirmede ilk olarak ifadelerle verilen cevapların güvenilirliğine bakılmış, frekans dağılımları incelenmiş, değişkenlerin arasındaki ilişkileri ve ilişkilerin derecelerini ortaya koyabilmek için korelasyon analizi yapılmış ve daha sonra araştırma ile ilgili hipotezin test edilmesinde regresyon analizlerinden yararlanılmıştır.

Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Araştırma hipotezlerini test etmeden önce araştırma ölçeklerinin güvenilirlikleri değerlendirilmiştir. Güvenilirlik, ölçümün tutarlılığının göstergesidir. Ölçüm sonuçları farklı yerlerde uygulandığında benzer sonucu vermelidir. Yani bağımsız ölçümlerde benzer kararlı sonuç alınmalıdır. Güvenilirlik bir ölçme aracında bütün ifadelerin birbirleriyle tutarlılığını, ele alınan oluşumu ölçmede türdeşliğini, yeterliliğini ortaya koyan bir kavramdır. İçsel tutarlılık yönteminin bir uygulaması da “alfa katsayısı”dır. Alfa katsayısı ölçeğin güvenilirliğini test etmede en yaygın kullanılan yöntem olup, sıfır ve bir arasında değişen rakamlar alır. Araştırmada kullanılan ölçeğin de güvenilirliğinden bahsedebilmek için alfa katsayısının 0,70 ve üzerinde olması gerekmektedir (Hair vd., 1998:118).

Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda insan kaynakları uygulamaları ölçeğinin güvenilirliği 0,913, iş tatmini ölçeğinin güvenilirliği 0,850 ve örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeğinin güvenilirliği 0,872 olarak tespit edilmiştir. Güvenilirlik analizi sonucunda bulunan içsel tutarlılık oranları, ölçeklerin güvenilir olduğunu ve ölçülmek istenilen değişkenleri büyük olasılıkla doğru biçimde ölçtüğünü göstermektedir.

Araştırma Bulguları

Çalışmanın bu kısmında katılımcılara ait demografik özelliklere ilişkin bulgular, frekans analizleri sonucunda elde edilen veriler ve değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları ile araştırma hipotezlerine ilişkin yapılan regresyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Verilen Cevapların Dağılımları

CİNSİYET	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	77	19,4
Erkek	321	80,6
YAŞ	Frekans	Yüzde (%)
25 Yaş ve Altı	244	61,3
26-30 Yaş Arası	89	22,3
31-35 Yaş Arası	40	10,1
36 Yaş ve Üzeri	25	6,3
MEDENİ DURUM	Frekans	Yüzde (%)
Evli	242	60,9
Bekâr	156	39,1
EĞİTİM DÜZEYİ	Frekans	Yüzde (%)
İlkokul	33	8,3
Ortaokul	106	26,6
Lise	248	62,3
Üniversite	11	2,8
TOPLAM	398	100

Tablo 1’de demografik özellikleri itibariyle katılımcıların dağılımları görülmektedir. Cinsiyetleri itibariyle katılımcıların dağılımları incelendiğinde büyük çoğunluğun erkek katılımcılardan oluştuğu (%80,6), kadın katılımcıların oranının çok düşük olduğu (%19,4) görülmektedir. Medeni durumları itibariyle katılımcıların %60,9’u evli, %39,1’i ise bekârdır. Katılımcıların büyük bir kısmının 25 yaş ve altı (%61,3) olduğu ve eğitim durumlarına bakıldığında ise %62,3’ünün lise mezunu olduğu görülmektedir.

Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklere ilişkin ortalama, standart sapma ve varyans değerleri Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Değişken	Ortalama	Standart Sapma	Varyans
----------	----------	----------------	---------

İnsan Kaynakları Uygulamaları	3,0443	0,73259	0,537
Seçim	3,0842	0,93009	0,865
Terfi	3,1778	0,77547	0,601
Eğitim ve Geliştirme	2,9541	0,80396	0,646
İş Tatmini	3,3469	0,55671	0,31
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	3,2435	0,56371	0,318

Değişkenlere verilen cevapların ortalama değerlerine bakıldığında değerlerin 2,95 ile 3,35 puan aralığında değerler almışlardır. Ortalama merkez eğilim ölçüsü olan standart sapmaya değerlerine bakıldığında ise değerlerin 0,56 ile 0,93 arasında değiştiği görülmektedir.

Korelasyon Analiz Sonuçları

Araştırmanın değişkenlerini oluşturan insan kaynakları uygulamaları ve alt boyutları ile iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkilerin belirlenmesi için korelasyon analizi yapılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiler Tablo 3'te görüldüğü gibidir.

Tablo 3. Korelasyon Analizi Sonuçları

	1	2	3	4	5	6
1. İnsan kaynakları Uygulamaları	1					
2. Seçim	,815**	1				
3. Teşvik	,844**	,665**	1			
4. Eğitim ve Geliştirme	,890**	,539**	,626**	1		
5. İş Tatmini	,280**	,300**	,313**	,187**	1	
6. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	,476**	,431**	,493**	,407**	,642**	1

**= Korelasyonlar %1 Düzeyinde Anlamlıdır.

Korelasyon analizi sonucunda %1 anlamlılık derecesinde; insan kaynakları uygulamaları ile iş tatmini arasında % 28 düzeyinde, insan kaynakları uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında % 47,6 düzeyinde, seçim politikaları ile iş tatmini arasında %30 düzeyinde, seçim politikaları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif %43,1 düzeyinde, teşvik politikaları ile iş tatmini arasında %31,3 düzeyinde, teşvik politikaları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif %49,3 düzeyinde ve son olarak eğitim ve geliştirme politikaları ile iş tatmini arasında %18,7 düzeyinde, eğitim ve geliştirme politikaları ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında ise pozitif %40,7 düzeyinde pozitif yönlü anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın amaç ve kapsamı doğrultusunda, araştırmanın bağımsız değişkenlerini oluşturan insan kaynakları uygulamaları alt boyutları ile bağımlı değişkenleri olan iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki etkiler ile ilgili bilgi ve bulgulara ulaşabilmek amacıyla daha önceden belirlenmiş olan hipotezleri test etmek için çoklu regresyon analizinden faydalanılmıştır. Hipotezleri test etmek için kurulan birinci modelin bağımlı değişkeni iş tatmini, ikinci modelin bağımlı değişkeni ise örgütsel vatandaşlık davranışıdır.

Tablo 4. Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	Beta	t	Sig.	R	R ²	F	Sig.F	Sonuç
Sabit	2,606	22,044	0					
Seçim	0,105	2,695	0,007					Kabul
Teşvik	0,164	3,246	0,001					Kabul
Eğitim ve Geliştirme	-0,035	-0,803	0,423					Red
				0,338	0,114	16,968	0	
Değişken	Beta	t	Sig.	R	R ²	F	Sig.F	Sonuç
Sabit	1,971	18,159	0					
Seçim	0,095	2,661	0,008					Kabul
Teşvik	0,223	4,821	0					Kabul
Eğitim ve Geliştirme	0,092	2,324	0,021					Kabul
				0,522	0,272	49,098	0	

Tablo 4’de regresyon analizi sonuçları ve hipotezlerin değerlendirmelerine ilişkin sonuçlar verilmiştir. İlk olarak regresyon analizinde kurulan iki modelin de istatistiksel olarak geçerlilikleri ve anlamlılıkları test edilmiştir. Modellerin geçerliliklerini ve anlamlılıklarını test eden ANOVA analizi sonuçlarına bakılarak kurulan iki modelinde istatistiksel olarak anlamlı ve geçerli oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki etkileri gösteren regresyon katsayıları olan R ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki değişimini açıklayan R² değerlerine bakıldığında ise birinci model için R değeri 0,338 ve R² değeri 0,114, ikinci model için ise R değeri 0,522 ve R² değeri 0,272 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlara göre iş tatmininin % 11’i insan kaynakları uygulamaları ile açıklanmaktadır. Örgütsel vatandaşlık davranışlarının ise % 27’sinin insan kaynakları uygulamaları ile açıklanmaktadır.

Diğer taraftan, araştırma hipotezlerinin geçerliliğine ilişkin sonuçlara bakıldığında, modeldeki bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki etki düzeyini gösteren **beta** katsayılarından birinci modelde iş tatmini ile seçim ve teşvik politikaları arasında, ikinci modelde ise insan kaynakları uygulamaları alt boyutlarının tamamı ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında anlamlı bir etki tespit edilmiştir.

Sonuç

İnsan kaynakları, işletmelerin rekabet ortamındaki en önemli ve taklit edilemeyen kaynaklarıdır. Bu yüzden insan kaynaklarına yönelik olarak gerçekleştirilen uygulamalar ve bu uygulamaların çalışanlar tarafından nasıl algılandığı önem taşımaktadır. İnsan kaynakları uygulamalarının örgütsel davranışlar üzerindeki etkileri tespit edilebilirse, örgütsel davranışların istenilen yönde şekillenmesini sağlayabilecek tedbirler alınabilir. Bu kapsamda bu çalışmada insan kaynakları uygulamalarının iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışlarına etkisi değerlendirilmiştir. Çalışmada öncelikle örgütsel vatandaşlık davranışları ve iş tatmini için yazın taraması yapılmıştır. Daha sonra Kayseri'de faaliyet gösteren büyük ölçekli beş mobilya fabrikası çalışanlarına hazırlanmış olan araştırma formu uygulanmıştır. Elde edilen veriler korelasyon ve regresyon analizleriyle değerlendirilmiştir.

Korelasyon analizi sonucuna göre, insan kaynakları uygulamaları olan seçim, teşvik, eğitim ve geliştirmenin hem örgütsel vatandaşlık davranışı hem de iş tatmini ile anlamlı ve pozitif yönlü ilişkilerinin bulunduğu görülmüştür. Regresyon analizi sonucuna göre ise, seçim ve teşviğin iş tatminini anlamlı ve pozitif yönde etkilediği, eğitim ve geliştirmenin iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı görülmüştür. İnsan kaynakları uygulamaları iş tatmininin % 11'ini açıklamaktadır. Diğer taraftan insan kaynakları uygulamaları olan seçim, teşvik, eğitim ve geliştirmenin örgütsel vatandaşlık davranışlarını anlamlı ve pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Ayrıca insan kaynakları uygulamaları örgütsel vatandaşlık davranışlarının % 27'sini açıklamaktadır.

Ortaya çıkan bu sonuçlara göre çalışmakta olduğu örgütün, personel seçimi, teşvik, eğitim ve geliştirme alt başlıklarındaki insan kaynakları uygulamalarından memnun olan personelin daha fazla örgütsel vatandaşlık davranışı göstermeleri beklenir. Diğer taraftan personel seçimi ile teşvik başlığındaki uygulamalardan memnun olanların da iş tatminlerinin artması beklenir. Gerçekleştirilen korelasyon analizinde insan kaynakları uygulamalarından eğitim ve geliştirme ile iş tatmini arasında zayıf bir ilişki (Beta: 0,187) görülmesine rağmen regresyon analizinde, eğitim ve geliştirmenin iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi görülmemiştir. Yazından ulaşılan çalışmaların bir kısmında insan kaynakları uygulamalarının alt boyutlarını içeren analizler yapılmamıştır. Alt boyut analizlerinin yapıldığı çalışmalarda eğitim ve geliştirme ile iş tatmini arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bu çalışmalara aşağıda değinilecektir.

İnsan kaynakları seçimi, teşvikler ile eğitim ve gelişim imkânlarından memnun olan personelin daha fazla örgütsel vatandaşlık davranış göstermeleri beklenen bir durumdur. Bu uygulamaları beklentilerine uygun ve olumlu olarak algılayan personelin kurumundan memnun olması ve bunun devamında örgütsel vatandaşlık davranışları göstermeleri doğaldır. Dolayısıyla yöneticiler, çalışanlarından daha fazla örgütsel vatandaşlık davranışı görmek istiyorlarsa, kurumun ihtiyaçlarını göz önünde tutarak, çalışanlarının beklentilerine, adalet ve liyakat gibi evrensel değerlere uygun bir şekilde insan kaynakları uygulamalarını şekillendirmelidir.

İş tatmini konusunda da benzeri bir durum söz konusudur. Örgütlerinin personel seçimi ve teşvik uygulamalarıyla ilgili olumlu algılara sahip olan çalışanların iş tatminlerinin daha fazla olması beklenen bir durumdur. Aslında çalışanların eğitim ve geliştirme uygulamaları hakkında olumlu algılara sahip olmalarının da iş tatminlerini artırması beklenirdi. Ama regresyon analizinde iki değişken arasında anlamlı bir etki görülmemiştir. Bu beklenen bir sonuç değildir. Bu sonucun ortaya çıkmasında çalışanların eğitim ve geliştirme faaliyetlerine yönelik bakış açıları etkili olmuş olabilir. Çalışanların eğitim ve geliştirme faaliyetlerini önemsememeleri, formalite olarak görmeleri, “zaten biliyorum” bakış açısına sahip olmaları böyle bir sonuca sebep olabilir. Eğer gerçekten böyleyse şu ana kadar bahsedilen tüm konulardan daha ciddi bir sorun söz konusudur. Her şeyin inanılmaz bir hızla değiştiği, insanların değişime hızlıca uyum sağlamalarının beklendiği, yaşam boyu öğrenmenin zorunluluğa dönüştüğü bir dünyada çalışanların eğitime ve gelişime önem vermemesi kurumun sonunu getirebilecek kadar ciddi bir problemdir. Uzun ömürlü ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğüne sahip örgütlere sahip olmak isteniyorsa, yöneticiler, eğitim ve gelişimin önemini çalışanlara benimsetmenin, eğitim ve gelişim programları düzenlemekten çok daha fazla önemli olduğunu gözden kaçırmamalıdır. Eğitim programlarının çalışanların beklentilerine uygun olmaması, yorucu ve sıkıcı bir şekilde tasarlanmaması gibi sebepler de iş tatminini neden artırmadığını açıklayabilir. Böyle durumlarda, eğitim programlarının çalışanların beklenti ve önerileri çerçevesinde, aşırı yorucu olmayan ve eğlenceli bir içerikle hazırlanması yarar sağlayabilir.

Bu çalışmada elde edilen sonuçlar yazınla karşılaştırıldığında büyük ölçüde uyumun söz konusu olduğu görülmektedir. Morrison (1996) seçim ve ödüllendirmenin örgütsel vatandaşlık davranışlarını teşvik ettiğini ifade etmiştir. Ayrıca Organ (1990)'da insan kaynakları uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunduğunu ifade etmiştir. Paré ve Tremblay (2007) adil ödüllendirme ve yetenek geliştirme uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişkiler belirlemiştir. Sun ve Arkadaşlarının (2007) yaptıkları çalışmada, insan kaynakları uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Yang (2012) gerçekleştirdiği çalışmada adil ödüllendirme ve yetenek geliştirme uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasında anlamlı ilişkiler bulmuştur. Lam ve arkadaşları (2009) da insan kaynakları uygulamaları ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasında anlamlı bir ilişki belirlemiştir.

İnsan kaynakları uygulamaları ve iş tatmini arasındaki ilişki açısından da elde edilen sonuçlarla yazın arasında bir uyum bulunmaktadır. Farklı araştırmacıların (Maimako ve Bambale, 2016:9; Ijigu, 2015:7; Alzalabani ve Modi, 2014:47) elde ettikleri araştırma sonuçlarına göre, insan kaynakları seçimi, teşvik, eğitim ve geliştirme ile iş tatmini arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Bir çalışmada beceri artırıcı ve motive edici insan kaynakları uygulamalarının iş tatmini ile anlamlı ve pozitif yönlü ilişkisinin bulunduğu görülmüştür (Savaneviciene ve Stankeviciute, 2011: 925-926). İnsan kaynakları uygulamalarının genel olarak iş tatminini güçlendirdiğini gösteren çalışmalar da bulunmaktadır (Absar vd., 2010:31).

Sonuç olarak; küresel düzeyde rekabetin hüküm sürdüğü iş dünyasında, sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamanın yegâne yolu yaptıkları işten memnun olan ve örgütlerine içtenlikle katkı sağlamaya çalışan insan kaynaklarına sahip olmaktır. İnsan kaynaklarının yüksek iş tatminine sahip olabilmesi ve örgütsel vatandaşlık davranışları göstermeleri için personel seçimi, teşvik, eğitim ve geliştirme gibi uygulamaların çalışanların beklentilerine uygun bir şekilde tasarlanması önem taşımaktadır.

Araştırmanın kısıtı yalnızca mobilya sektöründe faaliyet gösteren beş işletmeyi içermesi sebebiyle genellenebilirliğinin sınırlı olmasıdır. Araştırma, farklı sektörlerden daha fazla işletmeyi ve çalışanı kapsayacak şekilde genişletilebilirse genellenebilirliği artacaktır.

İnsan kaynakları uygulamalarına ilgi duyan araştırmacıların, bu uygulamaların diğer örgütsel davranış konularına etkilerini değerlendirmeleri anlamlı sonuçlara ulaşılmasını sağlayabilir.

Kaynakça

- Absar, M. N., Azim, M. T., Balasundaram, N., & Akhter, S. (2010). Impact of Human Resources Practices on Job Satisfaction: Evidence from Manufacturing Firms in Bangladesh. *Petroleum - Gas University of Ploiesti Bulletin, Economic Sciences Series*, 62(2), 31-42.
- Alzalabani, A., & Modi, R. S. (2014). Impact of Human Resources Management Practice and Perceived Organizational Support on Job Satisfaction: Evidence from Yanbu Industrial City, *Journal of Organizational Behavior*, 13(3), 33-52.
- Andrade, T., Flores Costa, V., De Fátima Barros Estivaleta, V., & Lengler, L. (2017). Organizational Citizenship Behaviors: A Glimpse in The Light of Values and Job Satisfaction. *Review of Business Management*, 19(64), 236-262.
- Aziri B. (2011). Job Satisfaction: A Literature Review, *Management Research and Practice*, 3 (4), 77-86.
- Biswas, N., & Mazumder, Z. (2017). Exploring Organizational Citizenship Behavior as an Outcome of Job Satisfaction: A Critical Review. *Journal of Organizational Behavior*, 16(2), 7-16.
- Bowling N., Cucina M. J. (2015). Robert Hoppock: Early Job Satisfaction and Vocational Guidance Pioneer. *The Industrial-Organizational Psychologist*, 53(2), 109-116.
- Byrne, Z. S., Miller, B. K., & Pitts, V. E. (2010). Trait Entitlement and Perceived Favorability of Human Resource Management Practices in the Prediction of Job Satisfaction. *Journal of Business & Psychology*, 25(3), 451-464.

- Churchill, G. A. (1974). Measuring the job satisfaction of industrial salesmen. *Journal of Marketing Research (JMR)*, 11(8), 254-260.
- Collins C.J. & Smith K.G. (2006). Knowledge Exchange and Combination: The Role of Human Resource Practices in the Performance of High-Technology Firms. *Academy of Management Journal*, 49(3), 544-560.
- Dalal, R. S. (2005). A Meta-Analysis of the Relationship between Organizational Citizenship Behavior and Counterproductive Work Behavior. *Journal of applied psychology*, 90 (6), 1241-1255.
- Davis K. (1988). *Örgütsel Davranış*. Çeviri Editörü: Kemal Tosun, İstanbul: İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını No: 98.
- Farh, J. L., Earley, P. C. & Lin, S. C. (1997). Impetus for Action: A Cultural Analysis of Justice and Organizational Citizenship Behavior in Chinese Society. *Administrative Science Quarterly*, 42(3), 421-444.
- Gürbüz, S. (2006). Örgütsel vatandaşlık davranışı ile duygusal bağlılık arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (2), 48-75.
- Hair, J. F. (Jr), Black W. C. & Babin B. J. (1998). *Multivariate Data Analysis (Fifth Edition)*. New Jersey: Prentice-Hall International Inc.
- Ijigu, A. W. (2015). The Effect of Selected Human Resource Management Practices on Employees' Job Satisfaction in Ethiopian Public Banks. *Emerging Markets Journal*, 5(1), 1-16.
- Jena, R. K., & Goswami, R. (2013). Exploring the Relationship between Organizational Citizenship Behavior and Job Satisfaction among Shift Workers in India. *Global Business & Organizational Excellence*, 32(6), 36-46.
- Karabey, C. N. & İşcan, Ö. F. (2007). Örgütsel Özdeşleşme, Örgütsel İmaj ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi: Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 231-241.
- Keser A., Güler, B. K. (2016). *Çalışma Psikolojisi*. İstanbul: Umuttepe Yayınları.
- Kurtuluş, K. (1998). *Pazarlama Araştırmaları (6. Baskı)*. İstanbul: Avcıol Basım-Yayım.
- Lam, W., Chen, Z. & Takeuchi N. (2009). Perceived Human Resource Management Practices and Intention to Leave of Employees: The Mediating Role of Organizational Citizenship Behaviors in a Sino-Japanese Joint Venture. *The International Journal of Human Resource Management*, 20(11), 2250-2270.
- Locke, E., A., (1969). What is job satisfaction? *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(4), 309-336.

- Lu C.J., Shih C. Y.Y., Chen Y. L., (2013). Effects of Emotional Labor and Job Satisfaction on Organizational Citizenship Behaviors: A Case Study on Business Hotel Chains, *International Journal of Organizational Innovation*, 5 (4), 165-176.
- Maimako, L. B., & Bambale, A. J. (2016). Human Resource Management Practices and Employee Job Satisfaction in Kano Stateowned Universities: A Conceptual Model. *Journal of Marketing & Management*, 7(2), 1-16.
- Moorman, R. H. & Blakely, G. L. (1995). Individualism-Collectivism as an Individual Difference Predictor of Organizational Citizenship Behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 16(2), 127-142.
- Morrison, E. W. (1996). OCB as A Critical Link between HR Practices and Service Quality. *Human Resource Management*, 35, 493-512.
- Morrison, E. W. (1994). Role Definitions and Organizational Citizenship Behavior: The importance of the Employee's Perspective. *Academy of Management Journal*, 37(6), 1543-1567.
- Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları, Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Niehoff, B. P. & Moorman, R. H. (1993). Justice as a Mediator of the Relationship between Methods of Monitoring and Organizational Citizenship Behavior. *Academy of Management Journal*, 36(3), 527-556.
- Organ, D. W. (1990). *The Motivational Basis of Organizational Citizenship Behavior*. In B. M. Staw & L. L. Cummings (Eds.), *Research in Organizational Behavior* (s. 43-72). Greenwich: JAI Press.
- Organ, D. W. (1997). Organizational Citizenship Behavior: It's Construct Clean-Up Time. *Human Performance*, 10(2), 85-97.
- Organ, D. W. & Ryan, K. (1995). A Meta-Analytic Review of Attitudinal and Dispositional Predictors of Organizational Citizenship Behavior. *Personnel Psychology*, 48(4), 775-802.
- Özdevecioğlu, M., Akın M., Karaca M. & İştahlı B. (2014). Kötü Niyetli Yönetim Tarzının Çalışanların Performansları Üzerindeki Etkisinde Duygusal Zekânın Rolü. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(1), 1-18.
- Paré, G. & Tremblay M. (2007). The Influence of High-Involvement Human Resources Practices, Procedural Justice, Organizational Commitment, and Citizenship Behaviors on Information Technology Professionals' Turnover Intentions. *Group & Organization Management*, 32(3), 326-357.
- Podsakoff, P. M. & MacKenzie, S. B. (1997). Impact of Organizational Citizenship Behavior on Organizational Performance: A Review and Suggestion for Future Research. *Human Performance*, 10(2), 133-151.

- Podsakoff, P.M., Mackenzie, S.B., Moorman, R.H. & Fetter, R. (1990), Transformational Leader Behaviors and Their Effects on Followers Trust In Leader, Satisfaction and Organizational Citizenship Behaviors. *Leadership Quarterly*, 1, 107-142.
- Robbins, S. & Judge, T. (2012). Örgütsel Davranış. Çeviri Editörü: İnci Erdem. İstanbul: Nobel yayınevi.
- Savaneviciene, A., & Stankeviciute, Z. (2011). Human Resource Management Practices Linkage with Organizational Commitment and Job Satisfaction. *Economics & Management*, 16, 921-928.
- Sawitri, D., Suswati, E., & Huda, K. (2016). The Impact of Job Satisfaction, Organization Commitment, Organization Citizenship Behavior on Employees' Performance. *International Journal of Organizational Innovation*, 9(2), 24-45.
- Smith, C. A., Organ, D. W. & Near, J. P. (1983). Organizational Citizenship Behavior: Its Nature and Antecedents. *Journal of Applied Psychology*, 68(4), 653-663.
- Sun, L., Aryee S. & Law K. S. (2007). High-Performance Human Resource Practices, Citizenship Behavior, and Organizational Performance: A Relational Perspective. *The Academy of Management Journal*, 50(3), 558-577.
- Super, D. E. (1939). Occupational Level and Job Satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 23(5), 547-564.
- Ünal, Ö. F. (2013). Relationship between the Facets of Job Satisfaction and the Dimensions of Organizational Citizenship Behavior: Mediating Role of Organizational Commitment. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 18(1), 243-269.
- Wright, T. (2006). The Emergence of Job Satisfaction in Organizational Behavior: A Historical Overview of the Dawn of Job Attitude Research. *Journal of Management History*. 12, 262-277.
- Van Dyne, L., Graham, J. W. & Dienesch, R. M. (1994). Organizational Citizenship Behavior: Construct Redefinition, Measurement, and Validation. *Academy Of Management Journal*, 37(4), 765-802.
- Yang Y. (2012). High-Involvement Human Resource Practices, Affective Commitment, and Organizational Citizenship Behaviors. *The Service Industries Journal*, 32(8), 1209-1227.
- Zhu Y. (2013). A Review of Job Satisfaction. *Asian Social Science*; 9 (1), 293-298.