

HUMAN İNSAN

İNSAN DÜNYA İNSAN BİLİMLERİ DERGİSİ - HUMAN World Journal of Human Sciences



E-ISSN:

2019 - 2

MAKALELER:

1).

2).

3).

4).

5).





İNSAN / HUMAN

DÜNYA İNSAN BİLİMLERİ DERGİSİ World Journal Of Human Sciences

YIL-SAYI / YEAR-VOLUME

2019 - 2

E-ISSN

AMAÇ-KAPSAM-YAZIM KURALLARI

- Amaç ve Kapsam
- Yazım Kuralları

MAKALELER

1. TOPLUMSAL CİNSİYET MOTİVASYON ÖLÇEĞİNİN TÜRKÇEYE UYARLANMASI

Zeynep AKGÜN - Yücel UYSAL

2. OPTİK OYUNCAKLAR VE SİNEMA'NIN DOĞUŞU ÜZERİNE BİR İNCELEME

Can KIZILÖZ Durmuş Ali ARSLAN

3. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE MEDYA VE İSLAMOFOBİ

Durmuş Ali ARSLAN

4. ZİYARETÇİLERİN EKONOMİK, SOSYAL-KÜLTÜREL VE ÇEVRESEL BAKIŞ AÇISIYLA MEMNUNİYETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: BEYPAZARI ÖRNEĞİ

Nihat DEMİRTAŞ

5. TÜRKİYE'DE AKDENİZ BÖLGESİ LİMON ÜRETİCİ FİYATLARI İLE BAŞLICA TÜKETİM MERKEZLERİ TÜKETİCİ FİYATLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ: TEK FİYAT KANUNU- VAR MODEL ANALİZİ

Erkan AKTAŞ - Aynur KARAÇOBAN - Kübra MAKCA



E-POSTA



TWITTER ADI



TELEFON



LINKEDIN URL'Sİ

HUMAN – World Journal of Human Sciences, 2019 - 2

İNSAN – Dünya İnsan Bilimleri Dergisi, 2019 - 2

Dergi Yöneticisi ve Baş Editör:

Prof. Dr. D. Ali ARSLAN

Kapak Tasarımı: Prof. Dr. D. Ali ARSLAN

Mizanpaj-Ofset Hazırlık: Prof. Dr. D. Ali ARSLAN

© D. Ali ARSLAN

İletişim:

Tel: 0532 270 81 45 / 0553 666 06 06

E – Posta: cimderaslan@hotmail.com

Not: Makalelerin her türlü idari, akademik ve hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir.

Amaç ve Kapsam

İNSAN Dünya İnsan Bilimleri Dergisi (HUMAN World Journal of Human Sciences) yılda iki kez (Temmuz – Ocak) yayımlanan uluslararası, multidisipliner, hakemli, bilimsel bir dergidir. Dergi çokdisiplinli bir akademik dergi niteliğine sahip olup, insan bilimlerinin her alanında, nitelikli araştırma ve derleme makalelerini bilim dünyası ile buluşturmayı hedefler.

“Bilgi insanlığın ortak malıdır” ilkesinden yola çıkan dergimiz, Açık Erişimli bir dergidir. Bu bağlamda, dünya genelinde, insan bilimlerinin her alanında araştırma yapan bilim insanlarına, araştırmalarını insanlığın faydasına sunabilecekleri nitelikli bir akademik platform olabilme idealiyle yola çıkmıştır. Dergiye gönderilen her makale, yayımlanmadan önce çift-kör hakemlik sürecinden geçer.

Aims and Scope

HUMAN World Journal of Human Sciences is an international multidisciplinary peer-reviewed journal published twice a year (July-January). The journal is a multi-disciplinary academic journal and aims to bring together quality research and compilation articles in the human sciences to the world of science.

Our journal is an Open Access journal and based on the principle of "Knowledge is the common heritage of humanity". It has set out with the ideal of becoming a qualified academic platform for researchers worldwide who can conduct research in all areas of human sciences, to the benefit of humanity. Every article submitted to the Journal, passes through the double-blind peer review process prior to publication.

ULUSLARARASI EDİTÖRLER KURULU

AD-SOYAD	ÜLKE
D. Ali ARLAN	Türkiye
Mehmet KARATAŞ	Türkiye
Galib SAYILOV	Azerbaycan
Prof. Dr. Seyfeddin RZASOY	Azerbaycan
Zümrüd MANSİMOVA	Azerbaycan
Aynur KHUZHAKHMETOV	Bashkortostan –Başkurdistan
Rif AXMADİEV	Bashkortostan –Başkurdistan
Eldar HACIYEV NABIYEVIÇ	Dagestan-Dağıstan
Ali TOPÇUK	Germany
Necat KEVSEROĞLU	Irak
Hüseyin BEYOĞLU	Irak
Bekezhan A. AKHAN	Kazakistan
Muhtar MIROV	Kazakistan
Roza Zh. KURMANKULOVA	Kazakistan
Anara A. KARAGULOVA	Kazakistan
Roza ABDYKULOVA	Kirghizstan
Selim BEZERAJ	Kosovo
Moslem SARBAST	Macaristan
Svetlana Petrovna ANZOROVA	Russia
Redzeb Skrijelj	Serbia
Radık GALİULLİN	Tataristan
Kakajan Janbekov	Türkmenistan

MAKALELER

1. *Toplumsal Cinsiyet Motivasyon Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması*

Zeynep AKGÜN - Yücel UYSAL

2. *Optik Oyuncaklar Ve Sinema'nın Doğuşu Üzerine Bir İnceleme*

Can KIZILÖZ Durmuş Ali ARSLAN

3. *Dünyada Ve Türkiye'de Medya Ve İslamofobi*

Durmuş Ali ARSLAN

4. *Ziyaretçilerin Ekonomik, Sosyal-Kültürel Ve Çevresel Bakış Açısıyla*

Memnuniyetlerinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma: Beypazarı

Örneği

Nihat DEMİRTAŞ

5. *Türkiye'de Akdeniz Bölgesi Limon Üretici Fiyatları İle Başlıca Tüketim*

Merkezleri Tüketici Fiyatları Arasındaki İlişki: Tek Fiyat Kanunu- Var

Model Analizi

Erkan AKTAŞ - Aynur KARAÇOBAN - Kübra MAKCA

Toplumsal Cinsiyet Motivasyon Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması

Zeynep AKGÜN¹

Yücel UYSAL²

Özet

Jessica J. Good ve Diana T. Sanchez (2010) tarafından geliştirilen Toplumsal Cinsiyet Motivasyon Ölçeğinin (TCMÖ) Türkçeye uyarlanma çalışması, farklı demografik kesimleri temsil eden, 18 yaş üzeri toplam 115 kadın üzerinde yapılmıştır. Ölçeğin dil eşdeğerliğini test etmek için Mersin Üniversitesi Yabancı Diller Yüksek Okulu öğretim görevlilerinden oluşan beş kişilik bir ekip ile (İngilizce-Türkçe; Türkçe-İngilizce) çeviriler uygulanmış, İngilizce ve Türkçe formlardan elde edilen puanlar arasında pozitif ve anlamlı korelasyonlar saptanmıştır. TCMÖ' nün faktör yapısını belirlemek amacıyla uygulanan açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri sonuçlarına göre ölçek, orjinal ölçek gibi dört boyutlu bir yapı göstermektedir. Bu yapıların Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları; .84, .88, .85 ve .88 şeklindedir. Test Tekrar Test sonuçları ise; .88, .89, .97, .88'dir. Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı .81 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen tüm sonuçlar ölçeğin Türkiye'de de kullanılabileceğini göstermektedir.

Anahtar Sözcükler: Toplumsal cinsiyet, motivasyon.

¹ Öğr.Gör.Dr., Yabancı Diller Yüksekokulu, Mersin Üniversitesi, zeynepakgun@mesin.edu.tr

² Öğr. Ü. Dr., Tıp Fakültesi, Mersin Üniversitesi, yuceluysal@mesin.edu.tr

Adaptation Of Gender Motivation Scale

Abstract

The purpose of this study is to adapt Gender Motivation Scale (GMS) developed by Jessica J. Good and Diana T. Sanchez (2010) into Turkish. The study was conducted on 75 women over the age of 18 representing different demographic segments of Turkey. In order to test the language equivalence of the scale (English-Turkish; Turkish-English) a team of five instructors from Mersin University School of Foreign Languages were entrusted. According to the results of the exploratory and confirmatory factor analyzes applied to determine the factor structure of TCMI, the scale shows a four-dimensional structure just like the original scale. According to the results of these study, Cronbach Alpha internal consistency coefficients of these structures are; .84, .88, .85, and .88. Test Re-test results are; .88, .89, .97, .88. The Cronbach Alpha internal consistency coefficient of the scale is calculated as .81. The obtained results indicate the scale can also be used in Turkey.

Key Words: Gender, motivation.

GİRİŞ³

Cinsiyet, bireyin kadın ya da erkek olarak doğuştan sahip olduğu, oldukça belirgin ve sabit genetik, biyolojik ve fizyolojik farklılıklara karşılık gelmektedir. Toplumsal cinsiyet ise biyolojik cinsiyete bağlı olarak, kültürel ve sosyal olarak belirlenen rolleri, değerleri, imajları, kendisine ve diğerlerine yönelik beklentileri içeren karmaşık bir etkileşim sürecinin ürünüdür (Akgün, 2015). Toplumsal cinsiyet kavramı, farklı kültürde, zamanlarda ve coğrafyalarda biyolojik cinsiyete bağlı olarak, kadınlara ve erkeklere toplumsal olarak yüklenen rolleri ve sorumlulukları, kadınların ve erkeklerin toplumdaki yerlerini ve toplumun onlardan beklediği davranışları ifade eden bir kavramdır. Cinsiyetin aksine, toplumsal cinsiyet, biyolojik bir fenomen değil, kültürel bir yapılanma, toplumsal bir süreçtir. Cinsiyeti ile dünyaya gelen birey, toplumsal cinsiyetini daha sonra edinmektedir. Toplumsal cinsiyet kimliğini oluştururken, ona ait değer ve normları öğrenip ve kendini kadın veya erkek şeklindeki dikotominin içinde tanımlamaktadır (Corrado, 2009).

İçinde yaşanılan toplumun yapısına paralel olarak üzerinde hem fikir olunan toplumsal cinsiyet rolleri, bireylerin tutum ve davranışlarına yön vermektedir. Bireyler toplumsal cinsiyet rollerine uymayıp, normlarla, değerlerle veya kalıp yargılarla çeliştiklerinde, duruma göre, ihlalin ağır ya da hafif sonuçlarına katlanmak durumunda kalabilmektedirler O'Neil, Good, Holmes, 1995). Bu olumsuz durumdan kaçınmak adına, bireyler söz konusu rollerine uygun davranmaya özen göstermektedirler. Fakat bireylerin sahip oldukları tek rolleri toplumsal cinsiyet rolleri değildir. Bu sebeple de sahip olunan diğer roller zaman zaman toplumsal cinsiyet rolleri ile çatışabilmektedir. Böyle bir çelişki söz konusu olduğunda, bireyler normun rol için ne kadar önemli olduğunu ve durumun role bağlı kalmayı ne kadar gerektirdiğini değerlendirerek davranışlarına ve uyum gösterecekleri rollere karar vermektedirler (Helgeson, 2002). Ayrıca norm dışı kalma sosyal değişim için de gerekli bir öğedir. Böylece toplumlar değişen dünyaya, gelişmelere göre kendi normatif yapılarını gözden geçirip yeniden oluşturabilmektedirler.

Toplumsal cinsiyet rol ve normlarına uyum bağlamında motivasyon, dikkate değer bir değişkendir. Motivasyonlar genel anlamda yarattıkları sonuçlar dolayımında çok önemlidirler (Ryan ve Deci, 2000). Bireyin herhangi bir zorlama ya da ödül olmaksızın bizzat kendisinin

³ Bu makale I. Uluslararası Akdeniz Sempozyumunda sözlü olarak sunulan Toplumsal Cinsiyet Motivasyon Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması isimli çalışma esas alınarak hazırlanmıştır.

değer verdiği için gerçekleştirdiği eylemlerinin altında yatan motivasyon türü içseldir. İçsel motivasyonlar insanın doğasında var olan olumlu potansiyelin en güzel dışı vurumudur. Dışsal motivasyon ise bir eylemi gerçekleştirirken bir takım dışsal sonuçların elde edilmesi amacını içinde barındırmaktadır (Ryan ve Connell, 1989). Bu tip eylemler için özgürce seçilmiş eylemler denilememekte, kişinin gerçekleştirdiği eylemi yapmak zorunda olması olarak tanımlanmaktadır (Deci, Ryan, 1985).

Geçmişte yapılan çalışmalar, toplumsal cinsiyet normlarına uyumun, benlik saygısı ve olumlu etki ile hem olumlu hem de olumsuz ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu çelişkili bulgular, bireyin kendi toplumsal cinsiyet rollerine ve normlarına bizzat kendisinin değer vermesi (içsel motivasyon) ya da diğerlerinden, durumlardan kaynaklanan baskılar nedeniyle değer vermesi (dışsal motivasyon) şeklindeki ayırımın ortaya konulması ile ortadan kalkabilmektedir. Bu dolayında gerçekleştirilen çalışmalar, içsel motivasyonlarla uyulan toplumsal cinsiyet rol ve normları ve benlik saygısı arasında olumlu bir ilişki, dışsal motivasyonlarla uyulan toplumsal cinsiyet rol ve normları ve benlik saygısı arasında da olumsuz bir ilişki olduğunu göstermektedir (Good, Sanchez, 2010). Bu nedenle toplumsal cinsiyet rol ve normlarına uyum ile ilgili çalışmalarda, motivasyon türlerinin de dikkate alınması gerekmektedir.

Amaç

Bu çalışmanın amacı, toplumsal cinsiyet normlarına uyumu, içsel ve dışsal motivasyonlar bağlamında ölçmeye olanak sağlayan, Jesica J. Good ve Diana T. Sanchez tarafından geliştirilen Toplumsal Cinsiyet Motivasyon Ölçeğinin (Gender Motivation Scale) Türkçeye uyarlanmasıdır.

Yöntem

Toplumsal Cinsiyet Motivasyon Ölçeği (TCMÖ)

Güvenirliliği ve geçerliği Ryan ve Connell tarafından önceden yapılmış olan içsel ve dışsal motivasyon ölçeği (Self-Regulation Questionnaire, 1986) Good ve Sanchez tarafından toplumsal cinsiyet normlarına göre uyarlanmıştır. Bu uyarlamada toplumsal cinsiyet rolü normlarının sıcaklık, samimiyet ve etkin, iddialı olma boyutları kullanılmıştır (Good, Sanchez, 2010). Sıcaklık ve samimiyet tipik bir feminen norm olan toplumsal olma, etkin ve iddialı olma ise tipik bir maskülen norm olan bireysel olma ilgilidir.

Ölçekte toplam 16 madde yer almaktadır. Katılımcılar bu maddelerle ilgili düşüncelerini 7’li likert tarzı derecelendirme sisteminde işaretlemektedirler.

Ölçeğin orijinal yapısı İçsel motivasyonlarla feminen normlara uyum, dışsal motivasyonlarla feminen normlara uyum, içsel motivasyonlarla maskülen normlara uyum, dışsal motivasyonlarla maskülen normlara uyum şeklinde 4 faktörden oluşmaktadır. Bu faktörlerin Cronbach Alfa iç tutarlık katsayıları sırasıyla .76, .81, .78 ve.88’dir. Tablonun orijinali için bakınız Tablo 1.

Buraya Tablo 1 gelecektir.

Toplumsal Cinsiyet Motivasyon Ölçeğinin Türkçeye Çevrilme Süreci

Ölçeğin Türkçeye çevrilme sürecinde yeni bir ifade geliştirilmemiş, ölçeğin orijinal biçimine tamamen sadık kalınmıştır. Süreç iki aşamada gerçekleşmiştir. İlk aşamada ölçek, önce çalışmacı tarafından İngilizceye çevrilmiştir. Daha sonra yine İngiliz dili alanında çalışan dört uzman tarafından tekrar Türkçeye çevrilmiştir. Bu beş çevirideki ortak ifadeler belirlenmiş, Türkçe taslak hazırlanmıştır. Oluşturulan Türkçe taslak, dört uzman tarafından ayrı ayrı İngilizceye çevrilmiş, ortak ifadeler İngilizceye çevrilerek ölçeğe son hali verilmiştir. İkinci aşamada ise Türkçeleştirilmiş ifadelerin anlaşılabilirliğini denemek üzere, 40 kişiden oluşan bir kadın grubuna ölçek uygulanmıştır. Ölçeğin anlaşılabilirliğinde herhangi bir sorun olmadığı belirlendikten sonra ölçeğin uygulanması aşamasına geçilmiştir.

TCMÖ’nün Güvenirliğine ve Geçerliğine İlişkin Bulgular

Güvenirlilik Sonuçları

Bu bölümde ve ilgili alt bölümlerde ölçeğin iç tutarlığına ve test yeniden test güvenirliliğine ilişkin güvenirlilik bulguları ve faktör analizine dayalı açıklayıcı geçerlik bulguları sunulacaktır.

Çalışmanın bu aşamasında, likert tipi ölçeğin ve alt boyutlarının güvenirliliğini belirlemek için kullanılan yollardan biri olan Cronbach Alpha değerlerine bakılmıştır. İç tutarlık ölçümleri için 18- 68 yaş arası farklı sosyo- demografik yapıları temsil eden 75 kadın ile bir pilot çalışma yapılmıştır. Toplamda 4 alt ölçekten oluşan ölçeğin her bir alt ölçeği ve aldıkları Cronbach Alpha değerler aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Ölçeğin test- tekrar test güvenirliliği çalışmasında, ilk uygulamadan 3 hafta sonra aynı 75 kadına Toplumsal Cinsiyet Motivasyon Ölçeği ikinci kere uygulanmıştır. Katılanlara yapılan ön test ve son test arasındaki

korelasyonlar, Cronbach Alpha değerler, ortalama ve standart sapmalar aşağıda yer almaktadır. Bakınız Tablo 2.

Buraya Tablo 2. Gelecektir.

TCMÖ'nün Geçerliğine İlişkin Faktör Analiz Bulguları

Ölçeğin orijinalinde de toplamda 4 faktör bulunmaktadır. Bu faktörler toplam varyansın %70' ini açıklamaktadır. Geçerlik için yapılan faktör analizinin sonucunda yine 4 faktör olduğu belirlenmiştir. Maddeler aynı faktörler altında toplanmıştır. Bu faktörler varyansın %73,4'ünü açıklamaktadır. Bakınız Tablo 3.

Buraya Tablo 3 gelecektir

Sonuç

Bu çalışmada Jessica J. Good ve Diana T. Sanchez (2010) tarafından geliştirilen Toplumsal Cinsiyet Motivasyon Ölçeğinin Türkçe geçerlik ve güvenilirliğinin test edilerek Türkçeye çevrilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda öncelikle ölçeğin dil yönünden geçerliği sağlanmıştır. Dil geçerliğinin sağlanması amacıyla çeviri-tekrar çeviri yöntemi kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilirliği ise Cronbach Alfa katsayısı yöntemi kullanılarak test edilmiş ve hem ölçeğin genelinde hem de alt boyutlarda söz konusu güvenilirlik katsayısının yeterli olduğu görülmüştür. Ölçeğin geçerliği için yapılan faktör analizi sonucunda orijinal ölçekte olduğu gibi Türkçe ölçekte de 4 faktör olduğu ve bu maddelerin aynı faktörler altında toplandığı belirlenmiştir. Bu bulgular, Toplumsal Cinsiyet Motivasyon Ölçeğinin Türkçeye uyarlandığında geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

Kaynakça

- [1]. Akgün, Z. (2015). *Feminen normlara uyum ve iyi oluş ilişkisi: İçsel ve dışsal motivasyonlar bakımından bir inceleme* (Yüksek lisans tezi) Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- [2]. Corrado, C. Gender Identities and Socialization. In: O'Brien, J, editor. *Encyclopedia of Gender and Society*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications; 2009. 357-364.
- [3]. Deci, E, Ryan, R. Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. New York: Plenum Press; 1985. p. 235-238.
- [4]. Good, JJ, Sanchez, DT. Doing gender for different reasons: why gender conformity positively and negatively predicts self-esteem. *Psychology of women quarterly* 2010; 34(2): 203-214.
- [5]. Helgeson, V. S. The psychology of gender. Upper Saddle River, N.J: Prentice Hall. 2002. P. 20-32.
- [6]. O'Neil, J. Good, G. Holmes, S. Fifteen years of theory and research on men's gender role conflict. In: Levant, R. Pollack w. Editors. *A new psychology of men*. New York: Basic Books; 1995. p. 164–206.
- [7]. Ryan, RM. Connell, JP. Perceived locus of causality and internalization: Examining reasons for acting in two domains. *Journal of Personality and Social Psychology* 1989; 57(5): 749-761.
- [8]. Ryan, RM, Deci, E. Self – determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development and well- being. *American Psychologist* 2000; 55 (1): 68-78.

Tablolar**Tablo 1.** TCMÖ'nün Orijinal Formu (Gender Motivation Scale)

Gender Motivation Scale – Women	Strongly Disagree	Disagree	Disagree Somewhat	Neutral	Agree Somewhat	Agree	Strongly Agree
Autonomous Communal Motivation							
1. I enjoy being communal and caring.							
2. It brings me pleasure if I act warmly towards others.							
3. It is important to me to act sensitively towards others.							
4. It is important to me not to behave selfishly or thoughtlessly towards others.							
Pressured Communal Motivation							
5. I act in a caring way towards others because I want others to like me.							
6. In general, I act warmly towards others because I want others' acceptance and approval.							
7. In general, I am sensitive to others because that is what							

others expect from me.							
8. I am caring to others because that is how others think I should be.							
Gender Motivation Scale – Men	Strongly Disagree	Disagree	Disagree Somewhat	Neutral	Agree Somewhat	Agree	Strongly Agree
Autonomous Agentic Motivation							
1. I enjoy being assertive.							
2. It brings me pleasure if I behave in a dominant or assertive way.							
3. It is important to me to be assertive.							
4. It is important to me not to act passively with others.							
Pressured Agentic Motivation							
5. I act in an assertive way because I want others to like me.							
6. In general, I act confidently because I want others' acceptance and approval.							

7. In general, I am assertive because that is what others expect from me.							
8. I am assertive and confident with others because that is how others think I should be							

Tablo 2. Ölçek Maddelerinin İç Tutarlılık Kat Sayıları, Test Tekrar Test Güvenirlik Katsayısı, Ortalama ve Standart Sapmaları

Madde No	Cronbach Alfa	Madde atıldığında	Test tekrar test	Ort.	SS
İçsel Motivasyonlarla Feminen Normlara Uyum	.84		.88		
1		.80		5.18	1.69
2		.75		5.42	1.44
3		.76		5.69	1.39
4		.87		5.86	1.50
Dışsal Motivasyonlarla Feminen Normlara Uyum	.88		.89		
5		.88		3.04	1.74
6		.81		2.94	1.65
7		.82		3.08	1.70
8		.86		2.81	1.66
İçsel Motivasyonlarla Maskülen Normlara Uyum	.85		.97		
9		.78		5.01	1.84
10		.74		4.88	1.97
11		.74		4.69	1.96
12		.93		5.14	1.74
Dışsal Motivasyonlarla Maskülen Normlara Uyum	.88		.88		
13		.90		3.86	1.93
14		.82		3.57	2.02
15		.82		3.37	2.05
16		.84		3.14	1.90
Ölçeğin Genel İç Tutarlılığı Cronbach Alfa: .81					

Tablo 3. Toplumsal Cinsiyet Motivasyon Ölçeğinin Faktör Analiz Sonuçları

Maddeler	1	2	3	4
3 Başkalarına karşı duyarlı olmak benim için önemlidir.	.90			
2 Diğerlerine karşı sıcak davranmak beni mutlu eder.	.89			
1 Başkaları ile ilişkili olmaktan ve onlarla ilgilenmekten hoşlanırım	.82			
4 Başkalarına karşı bencilce ve düşüncesizce davranmamaya önem veririm.	.67			
7. Genellikle diğer insanlar benden bunu bekledikleri için başkalarına karşı duyarlı davranırım.		.91		
6 Genellikle diğer insanların beni kabul etmesini ve onaylamasını istediğim için başkalarına karşı sıcak davranırım.		.91		
8 Diğer insanlar öyle olmam gerektiğini düşündükleri için başkalarına karşı ilgili davranırım		.83		
5 İnsanların beni sevmelerini istediğim için başkaları ile ilgilenirim.		.77		
10 Baskın ve iddialı olmaktan keyif alırım			.94	
11 İddialı olmak benim için önemlidir.			.93	
9 İddialı olmayı severim.			.90	
12 Diğerleriyle olan ilişkilerimde pasif olmamak benim için önemlidir			.51	
15 Genellikle diğer insanlar benden bunu bekledikleri için kendime güvenli ve iddialı davranırım.				.91
14 Genellikle diğer insanların beni kabul etmesini ve onaylamasını istediğim için özgüvenli davranırım.				.90
16 Diğer insanlar öyle olmam gerektiğini düşündükleri için özgüvenli ve iddialı davranırım.				.89
13 Kendine güvenli ve iddialı davranırım çünkü diğerlerinin benden hoşlanmasını isterim.				.72
Özdeğer	4.46	3.27	2.58	1.42
Açıklanan Varyans (%)	27.86	20.45	16.14	8.92

Not: Faktörler: 1- içsel motivasyonlarla feminen normlara uyum, 2- dışsal motivasyonlarla feminen normlara uyum, 3- içsel motivasyonlarla maskülen normlara uyum, 4- dışsal motivasyonlarla maskülen normlara uyum



Optik Oyuncaklar Ve Sinema'nın Doğuşu Üzerine Bir İnceleme

Can KIZILÖZ⁴

I. GİRİŞ

Sinema, on dokuzuncu yüzyılın başlarından itibaren fizik, kimya gibi bilim dallarının gelişmesi, Endüstri Devrimi'nin etkisiyle Avrupa'da toplumsal ve kültürel değişimlerin yaşanması ile antik devirlerden bugüne miras kalan resmetme tekniklerinin aynı yüzyılın son çeyreğinde - adeta bir araya gelerek- kaynaşması neticesinde ortaya çıkmıştır. Sinemanın doğuşu ya da yüzey üzerinde hareketli görüntü elde etme fikrinin gerçeğe dönüşmesi için insanlık teknolojik gelişmelere ihtiyaç duymuştur. En azından iki bin yıldan beri insan, dört tarafı ışık geçirmez şekilde kapalı, karanlık bir kutunun, çadırın, mağaranın ya da odanın içine küçük bir delikten geçerek gelen ışığın, bu odanın arka yüzeyinde oluşturduğu hem alt ve üstten hem de sağ ve soldan ters olarak görülebilen hareketli bir resmin bilincindedir. Sonradan *camera obscura* (karanlık kutu) adı verilerek yapılan aygıt bu prensiple çalışır.

Odanın ya da kutunun içine küçük bir iğne deliğinden giren ışık, kaydedilemeyen ancak sadece bakıldığı anda bir yüzey üzerinde canlı olarak izlenebilen bir hareketli görüntü oluşturmaktadır. Bilinen ilk örnekleri Çin, ardından Antik Yunan ve daha sonra da Orta Doğu'da kullanılan aygıt, Rönesans sırasında Avrupalılar tarafından yeniden kullanılmaya başlanmış, mimari çizimler, resimler ve portre çizimlerinde kullanmıştır. Karanlık kutunun sağladığı hareketli görüntü pek çok bilim adamına ilham vermiş, bilimsel çalışmalara katkı sağlamış ve filozoflarla bilim adamlarının haricinde optik yanılsamalarla ilgilenen sihirbazların da dikkatini çekmiştir. Optik yanılsamalarla hazırlanan gösterilere, özellikle Endüstri Devrimi sonrasında kırsaldan kente geçen kitlelerin gösterdiği yoğun ilgi, aygıtın ve bu aygıtın türevleri ya da kendisinden ilham alınarak geliştirilen optik enstrümanların, felsefi oyuncakların ya da

⁴ cankiziloz@gmail.com.

optik aygıtların popüler kültürün önemli unsurları haline gelmesine vesile olmuş, kırsaldan kentlere göç eden kitlelere bu aygıtlar tüketim unsuru olarak satılmaya başlamıştır.

Optik aygıtlar, bilimsel çalışmalar için üretilen, özellikle on dokuzuncu yüzyılda gözün algılamasına yönelik çabaların araştırılması için kullanılmış, ancak eşzamanlı olarak kitlelerin ilgisi, dönemin pozitivist ruhu gibi sebeplerden ötürü hızlıca bir tüketim nesnesine dönüşmüştür. Bu durum, fotokimyasal çalışmaların gelişmesini sağlayarak önce fotoğraf makinesinin, sonrasında da fotoğraf makinesinin kaydettiği resimlerin, karanlık bir ortamda bir yüzey üzerine yansıtılmaları suretiyle hareketli bir şekilde izlenimine olanak tanıyan *cinematograph* adı verilen aygıtın icadına vesile olmuştur.

II. OPTİK OYUNCAKLAR: YÜZEY ÜZERİNDE HAREKETLİ GÖRÜNTÜ

2.1. Yüzey Üzerinde Hareketli Görüntü

Hareket, en dikkat çekici görsel öğelerden biridir. Hayvanlar -dinlenme halindeyken bile- çevrelerinde gerçekleşen harekete tepki verir, hareket eden bir nesneyi gördüklerinde ona dikkat kesilirler. İnsanlar da benzer bir şekilde harekete duyarlıdır. Rudolf Arnheim televizyon reklamları ya da parlayıp sönen neon ışıklarıyla oluşturulan hareketli görüntülerin, resim, heykel, mimari ve fotoğraf gibi durağan görsel resimlere kıyasla, daha etkin bir şekilde insanların dikkatini çektiği tespitini vurgular. Hareket, çevredeki koşulların değişimini işaret eder; bir tehlike, bir dostun gelişi ya da potansiyel bir avın yaklaşması gibi, insanların ve hayvanların hayatta kalmaları için elzem bir olgudur.⁵

Yürüyen bir insan, arkasından gelen bir ışık ışının vücuduna çarpması neticesinde, yüzey üzerindeki gölgesini hareketli olarak görür. Berrak bir su birikintisine bakan bir insan, su yüzeyinde kendi yansımaları gördüğü gibi, rüzgârın etkisiyle hafifçe sallanamakta olan arkasındaki ağacın yaprağının hareketini de bir yüzey üzerinde hareket ederken izlemiş olur. İnsanlar, tarihin başlangıcından beri hareket eden nesnelere yüzey üzerinde hareketsiz olarak resmetmiştir. Nesnelere, çizme, boyama ve kazıma teknikleri kullanılarak resmedilir. Ancak bu teknikler, hareketli bir resmin, bir yüzey üzerinde kalıcı olarak kaydedilmesini sağlayamamıştır.⁶

⁵ R. Arnheim (1974). *Art and visual perception*. USA: University of California Press, s.372.

⁶L. Kılıç (2008). *Fotoğraf ve sinemanın toplumsal tarihi*. Ankara: Dost Kitabevi, s.173-175.

Yazının icadından ve yerleşik hayatın başlamasından çok daha önce, insanlar mağara duvarlarına hayvanların resimlerini çizmişlerdir. Günümüzde soyları tükenmiş olan bazı hayvanların da aralarında bulunduğu bu tarih öncesi çizimler, bundan yaklaşık otuz bin yıl önce, kolaylıkla tanımlanmaları mümkün olacak kadar sofistike bir şekilde çizilmiştir. “Mağara sanatçıları”, çizimlerini buldukları mağaraların derinliklerinde, hayvanların giremeyeceği veya taşınamayacağı yerlerde çizmişlerdir. O halde bu çizimler, görülmekte olan hayvanın değil, görülmüş olan hayvanın çizimleridir. Hayvan çizimleri, tanınabilmeleri ve detayları yönünden sofistike olmakla birlikte derinlik ve hareket boyutlarından yoksundur.⁷

Oysa hareket, hayatta kalma mücadelesinde büyük önem taşımaktadır. İnsanlar, günlük yaşantılarında -farkında olmasalar da- hareket ve hareketin tanımlanmasını yöneten algı mekanizmalarıyla hayatta kalmayı başarırlar. Küçük bir sokağın karşı tarafına geçmek, son derece karmaşık bir görsel algılama mekanizmasını gerektirir. Sokağın karşısına geçmeden önce göz, çevreyi kontrol eder: Kaldırımla arasındaki mesafe, kaldırım taşlarının yönü, sokağın genişliği ve ne kadar sürede geçilebileceği, yaklaşmakta olan bir araç; varsa hızı ve uzaklığı, bulunulan konuma ne kadar sürede ulaşacağı gibi soruların ardından harekete geçilebilir. Çevredeki nesnelerin tanımlanmaları, sadece iki boyutlu şekilleriyle değil, aynı zamanda üç boyutlu bir ortamdaki hareketleriyle mümkündür. Tarih öncesi sanatçıların, depoladıkları görsel bilgileriyle çizdikleri mağara resimleri gibi sokağın geçilmesi için gerekli bilgiler de önceden öğrenilmiş, depolanmış bilgiler temeline dayanır.⁸

Algılama sistemleri, insanların ve diğer hayvanların üç boyutlu çevrelerinde mekân ve nesnelere ilişkilerini sağlayacak davranışları geliştirmelerini sağlamaktadır. Bu mekanizmalar; hareket kabiliyeti, yiyecek arama ve eş bulma gibi insan açısından hayati önem taşıyan yeteneklerin evrimleşmesiyle gelişmiştir. Gece vakti ya da sisli bir ortamda araba kullanırken görülen görüntü, öğrenilmiş; bilinen görüntüden eksik bilgi içerir ki, bu gibi durumlarda görmede sorun yaşanır. Algılanılan görüntü ile gerçekte görülmüş olunması gereken arasında oluşan probleme görsel illüzyon; görsel yanılsama denir.⁹

Optik bilimi, iki bin yılı aşkın süredir, ışığın farklı ortamlarda bir yüzeyden yansımaları, bir ortamdan başka bir ortama geçerken nasıl kırıldığı ve bunların sınırlarını araştırır.¹⁰ Işık, küçük

⁷N. Wade (2005). *Perception and illusion*. USA: Springer, s.5-6.

⁸N. Wade, M. Swanston (2001). *Visual perception*. (2. Baskı), UK: Psychology Press Ltd., s.2-3.

⁹Wade ve Swanston, 2001, **a.g.k.**, 21-25.

¹⁰Wade ve Swanston, 2001, **a.g.k.**, 33-34.

bir delikten, ışık almayacak şekilde etrafı kapalı karanlık bir ortama; dört tarafı kapalı bir odaya, çadıra, hayvan bedenine ya da kutuya girdiğinde, tersyüz olmuş bir görüntü deliğin karşısındaki duvarın yüzeyinde belirir. Bu olgunun öğrenilmesi sayesinde, Ptolemy, Öklit ve İbn'ül Heyssem gibi filozoflar optik üzerine olan çalışmalarında *camera obscura* (karanlık oda) adı verilen, insan eliyle yapılmış, küçük bir delikten geçen ışığın bir odanın yüzeyinde görüntülenmesini sağlayan bir aygıt kullanmışlardır.¹¹ Resmin kalıcı bir şekilde sabitlenmesinin; kaydedilmesinin, olanaklı olduğunun öğrenilmesinden çok uzun zaman önce *camera*, önce astronomlar, sonra da sanatçılar tarafından kullanıldı. Aygıt, resamlara çizimlerinde; mimarlara iç ve dış mekân tasarımlarında yardımcı oluyordu. *Camera obscura* sayesinde, sanatçılar, bilim adamları ve mühendisler, bir yüzey üzerine düşen ışığın üzerinden kalemlerle geçerek perspektifle ilgili sorunlarını kolaylıkla halledebiliyor, gölgelendirmeleri yapıp, gördüklerini doğadaki renkleriyle kâğıda geçirebiliyorlardı. *Camera*, Giovanni Battista della Porta tarafından, portre çalışmaları için ilk defa 1558 yılında kullanıldı. Ressamlar açısından oldukça kullanışlı bir görme makinesine dönüşen *camera obscura*, İngiliz ressam Hogarth gibi isimler tarafından, sanatçının görüşünü hükmü altına alarak canlı, yaşayan bir doğa sunumu yerine, doğayı bayağı bir şekilde taklit ederek cansızlaştırdığı suçlamalarına maruz kalmıştır.¹² Porta, bu aygıtın, resim çizmekten anlamayan insanların bile çizebilmesini sağlayacak bir makine olduğunun farkında olmakla birlikte, *camera obscurayı* bir sahnede de kullanabileceğini, bunun insanları etkileyebileceğini düşündü. Porta, karanlık bir odaya yerleştirdiği seyircilerine, kostümlü oyuncular ve içlerindeki çocuklarla, hareket eden vahşi hayvanların da bulunduğu bir sahne tasarladı. Bu tasarımdan habersiz olan seyirciler, yüzeye yansıtılan görüntülerden öylesine dehşete düştüler ki, Porta'nın açıklamalarına rağmen onu büyücülükle suçladılar.¹³ Zira karanlık kutunun ürettiği görüntüler, sabit değil hareketlidir, bu aygıt vasıtasıyla üretilen görüntüler; yürüyen insanlar, av peşinde koşan atlılar, uçan bir kuş gibi bütün hareket, doğada olduğu halde, gerçek, renkli ve hareketli olarak bir yüzey üzerine yansıtılır.¹⁴

¹¹J. Cray (1992). *Techniques of the observer*. USA: The MIT Press, s.27-29.

¹²A. Scharf (1975). *Art and photography*. UK: PenguinBooks, s.19-23.

¹³H. Gernsheim, A. Gernsheim (1969). *The history of photography*. UK: Oxford University Press, s.22.

¹⁴Kılıç, 2008, **a.g.k.**, 175.

2.1.1. Göz ve hareket

İ.Ö. dördüncüyüzyılda Aristoteles ardışık görüntüleri (*afterimage*) ve birinci yüzyılda Seneca, gök cisimlerinin, kuyruklu yıldızların ve yıldırımların arkalarında bıraktıkları izleri açıklamaya çalışarak; gözün yapısı gereği çok kısa aralıklarla medyana gelen görsel efektlerin, göz tarafından tam olarak idrak edilemediğini iddia etmişlerdir. Birbirlerini algılanabilir bir görüntü oluşturacak kadar kısa aralıklarla takip ederek yüzeye yansıtılan resimlerin, yüzeyde kaybolmadan önce oluşturduğu izlenimin etkileri, daha sonra sinemanın icadıyla ortaya çıkacak olan simule edilmiş hareketin temel prensiplerini oluşturmuştur. İbn-ül Heysem, hızlıca daire çizecek şekilde hareket eden ya da ettirilen bir alevi izleyen gözlemcinin, ışığın terk ettiği konumlarda geçici olarak bir daire gördüğünü tespit etmiştir. Bu deneyi tekrarlayan Leonardo da Vinci, benzer bir efektin, durağan bir aleve bakan, hareket halindeki göz için de geçerli olduğunu ifade etmiştir.¹⁵ Kepler, çalışmalarında astronomiyle ilgili sorunların üstesinden gelmenin yönteminin, görsel teorileri kurallı bir şekilde anlamak olduğunu düşünerek, karanlık kutu deneylerine başlamıştır. Bu deneyleri sırasında gözün, önündeki diyaframla birlikte kusurlu bir şekilde karanlık kutunun çalışma prensibiyle işlediğini düşünmüştür. Kepler görüntünün, objektif tarafından yakalanan bir resim olmadığını, gözün gerçek duyarlı mekanizması olan ağtabaka üzerine boyandığını iddia etmiştir. Aynı şekilde ağtabakada oluşan görüntünün, ters yüz ve baş aşağı olması gerektiği yönünde haklı bir tespitte bulunmuştur. Kepler bu sonuçlara ulaşırken, ters yüz olmuş resmin nasıl düzeltilebileceği ya da objektifin resmin uzak ve yakın mesafelerde alacağı şekil ve netlik meselesine girmemiştir.¹⁶ Hareket eden nesnelere gözlemcinin görüntü alanına girdiklerinde, bu nesnelere gelen uyarıcılar, ağtabaka üzerindeki yakın mesafe uyarıcılarını birbirini takip eden bir dizi şeklinde uyararak bu uyarıcıları beyne iletirler ve hareket algısı oluşur.¹⁷ Gözün, kafanın ya da vücudun bütün hareketleri, beyin duyu merkezinin iletir. Bu nedenle gerçekte hareket, beyinde oluşur. Çevresine kafasını çevirerek bakan biri, kafasıyla yaptığı hareketin farkında olduğundan, baktığı yerin hareketsiz olduğunu algılar. Ancak bir film seyircisi, hareket eden bir kameradan yüzeye yansıtılan görüntüyü izlediğinde, vücudu hareketsiz olduğu için hareketsiz olan görüntüyü hareketli olarak algılamaktadır.¹⁸

¹⁵Wade, 2005, a.g.k., 112.

¹⁶Wade, 2005, a.g.k., 76.

¹⁷Kılıç, 2008, a.g.k., 176.

¹⁸Arnheim, 1974, a.g.k., 379.

2.1.2. Duyular, hareket ve algı kusurları

İskoç doktor William Porterfield, ağtabakanın görsel algılama için gerekli, ancak yeterli olmadığını ifade etmiştir. Duyularla ilgili çalışmalar yürüten Porterfield, ampute edilmiş bacağında yaşadığı deneyimler üzerinde çalışmış, kesilip alınmış bacağında hissettiği ağrılar ve sızılardan yola çıkarak, sinir sisteminin beyne uyarılar gönderdiği fikrini ortaya atmıştır.¹⁹ William Porterfield, 1759 yılında yazdığı “görüntü olgusu ve biçimi” isimli tezinde ampute edilmiş bacağı üzerindeki deneyimlerini de kullanarak, resmin retinada oluştuğunu öne süren teorilere karşı çıkmış, çok sayıda insanın da bacaklarının kesilip alınan kısımlarında (phantom limb) kaşınmalar, sızlamalar ve ağrılar hissedildiğini raporlamıştır. Porterfield, tıpkı düşüncede renklerin ayırt edilebilmesi gibi, hayalet bacağın da hissedilmesinin beyin ile aradaki sinirsel bağlantıdan ileri geldiğini iddia etmiştir.²⁰ Charles Bell, omurilikteki sinirlerin, uyarıları beyne ilettiği yönündeki çalışmalarının neticesinde: “Eğer ışık, basınç ya da elektrik, görüntü üretebiliyorsa, düşüncedeki fikir dış etkenlerden değil, gözü ya da beyni tetikleyen unsurlardan kaynaklanmaktadır ve organlarımızın duyularıyla sınırlandırılır.” demiştir. Bell’in çalışmalarının neticesinde ilerleyen görüşler, yeni mikroskopların bulunmasına, bu sayede hücrelerin görülmesine ve dolayısıyla sinirlerin elektrik tarafından uyarıldığını tespit eden nöron doktrininin ortaya çıkmasına vesile olmuştur.²¹

Bilimsel çalışmalar, görmenin doğasını anlama çabaları, pek çok bilim insanının ilgi alanına girdiği gibi, sihirbazların da ilgisini çekmiştir. Sihirbazlık, sihir ya da büyüye değil, hileye dayanır. On yedinci yüzyılda, karanlık kutu mimaride de kullanılmaya başlanmış, mercek kaliteleri geliştirmiş, teleskop ve mikroskop icat edilmiş ve bunların ardından, *laterna magica*, “sihirli lamba” icat edilmiştir. On yedi ve on sekizinci yüzyılların sihirbazları, mesleklerine yatırım amacıyla optik üzerindeki çalışmalara ağırlık vermişlerdir. Optik üzerine yapılan çalışmalardan elde edilen verilerle birlikte sihirli lambalar, karanlık bir kutunun önüne koyulan bir lensin, içeriden dışarıya aydınlatma, yansıtma suretiyle resim tabakalarının izlenmesini sağlıyordu. Sihirli lambaların önüne konulan slaytlar, ileri geri hareket ettirilmek suretiyle büyütülüp küçültülebiliyor, bu sayede sihirle uğraşan kişiler için etkileyici optik hileler sağlıyordu. Sihirli lambalar özellikle korkunç konular; canavarlı, şeytanlı gösterimlerle izleyicileri büyülemiş, özellikle on yedi ve on sekizinci yüzyıllarda popülerlik kazanmıştır.

¹⁹Wade, 2005, a.g.k., 78.

²⁰Wade, 2005, a.g.k., 43-44.

²¹Wade, 2005, a.g.k., 34.

Nihayet sihirli lambalardan ilham alan Daguerre, oldukça büyük diatomalarla seyircilerin büyük ilgisini çeken gösteriler yapmaya başlamıştı. Ancak bu görseller, sadece diaların lens ve karanlık oda arasında dikey ya da yatay pozisyonlarda oynatılmasıyla hareket edebiliyor, gerçekten hareketli bir görüntü izlenimi vermiyordu. Film kamerası icat edildiğinde sihirli lambadaki teknik yeniden keşfedilecek, hareketli çekimler sihirli lambaların devinimli gösterimlerinden ilham alacaktı. Sihirli lambaların kullanımıyla ilgili olarak Rudolph Arnheim şöyle demektedir:

Sinemanın öncelleri arasında, ilkel bir biçimde de olsa devinimin devinim üretmesini sağlayan bazı garip aygıtlar vardır. Devinimle devinim üretmek ya resimlerin kendilerini hareket ettirerek, ya yansıtılmış görüntülerini optik olarak hareket ettirerek ya da devingen bir aracın üzerine yansıtılarak yapılırdı. On yedinci yüzyılda matematikçi Millet de Chales tarafından yapılan *Laterna Magica*'da yandan gösterilen cam slaytlar kullandı. Bu teknik yalnızca bir kaç resim sekansını aynı slayt üzerinde art arda göstermeye değil, aynı zamanda araba penceresinden bakarken edinilen izlenimi taklit ederek bir sahnenin görsel alandan sürekli bir devinim içinde kaydırılmasına da olanak tanıdı. Aynı ilke Savoy'lu çocukların kullandığı *VuesOptiques* olarak bilinen aygıtta da geçerliydi. İzleyiciler burada optik bir sistem aracılığıyla boyanmış ya da basılmış manzaralar seyrediyorlardı. Bunlar genellikle bir makaraya sarılır ve bir kol aracılığıyla kutudan yanal olarak geçirilirdi.²²

Bin sekiz yüz yirmili yılların başından itibaren, ardıl görüntülerle (*afterimages*) ilgili deneyler çok sayıda optik aygıt ve tekniğin icadına neden olmuştur. Başlangıçta bilimsel çalışmalar için icat edilen bu aygıtlar, kısa sürede popüler eğlence araçlarına dönüşmeye başlamıştır. Ardıl görüntüler üzerindeki araştırmalar, birbirini çok kısa aralıklarla takip eden görüntülerin bir tür birleşme ya da füzyon nedeniyle, duyuların hareket algısını oluşturduğunu işaret ediyordu. Bu aygıtların ilk örneklerinden biri “muhteşem çevirici” anlamına gelen *thaumatrope*'dur. *Thaumatrope*, iki yüzeyinde de resimler bulunan küçük bir disk ve bu diske bağlanmış, elle çevrilmesine imkân sağlayan tellerden oluşuyordu. Örneğin bu resimlerinden birinde bir kuş, diğerinde ise boş bir kafes resmi olurdu ve disk hızlıca çevirildiğinde, kuş kafesin içine girmiş gibi görünürdü. Bir başka örnek ise, aynı diskin bir yüzüne çizilmiş kel bir adamla, diğer yüzüne çizilmiş saç resimlerden oluşan versiyondur. Benzer bir olgu, yüzyıllar öncesinde havada dönmekte olan bir paranın her iki yüzünün aynı anda görülmesi suretiyle tespit edilmiş, ancak

²² R. Arnheim (2002). *Sanat olarak sinema*. (Çev: Rabia Ünal) Ankara: Öteki Yayınevi, s.141.

ortaya çıkan görsel sonuç ilk defa bilimsel olarak açıklanmış, bu açıklamanın neticesinde üretilen aygıt, bir popüler kültür ürünü olarak satışa sunulmuştur. 1825 yılında Peter Mark Roget, dikey parmaklıkların ardından gözlediği, hareket halinde bir trenin tekerlek çubuklarının hareketsiz ya da ters istikamette dönüyor gibi algılanması illüzyonuna ilişkin bir yayın yaptı. Roget bu aldatmacayı, *Thaumatrope*'un işleyiş ilkesine benzer bir şekilde, dikey parmaklıkların, dönmekte olan tekerlek çubuklarıyla üst üste binerek tekerleği durmuş ya da ters yönde hareket ediyor şeklinde algılanması olarak açıkladı. Böylece ardıl görüntülerin tespit edilmesi meselesinde, gözlemcinin bulunduğu pozisyonun da önemi ortaya çıkmaya başlıyordu. 1831 yılında Michael Faraday, yüksek hızda dönen tekerleklerin yavaş dönüyor gibi algılanması olgusunu tespit etti. Bu tespitle birlikte aynı aks üzerine konulmuş iki tekerlektten oluşan ve sonradan “Faraday Tekerleği” denilecek aygıtı üretti. Aynı yıllarda Belçikalı bilim adamı Joseph Plateau ardıl görüntülerle ilgili, görme problemi yaşamamasına da malolacak, geniş bir araştırma yürüttü. Newton renk çarkıyla yaptığı çalışmalar, retinada beliren ardıl görüntülerin yoğunluk, renk, zaman ve uyarıcı sistemlerin idaresine yönelik süre ve nitelik yönünden faktörleri gösteriyordu. Araştırma, Goethe'nin daha önce sözünü ettiği ardıl görüntülerin daima aynı şekilde oluşmadığını, kaybolmadan önce pozitif ve negatif durumlara ulaştığını gösteriyordu. Böylece Wertheimer'a kadar en etkili teorilerden biri, *persistance of vision*; “görmenin sürekliliği” kuramını ortaya atıyordu.²³

Göz ve hareket ile ilgili olarak on altı ve on yedinci yüzyıllarda, vertigo etkisi üzerine çalışan Platter, kafanın yoğun, hızlı ve uzun süreli hareketi durumunda oluşan baş dönmesini açıklamak için, ruhun farklı bir forma girdiğini söylüyordu. Kafanın hareketinin sonlanmasından sonra da baş dönmesi etkisi devam ediyordu. Willis, vertigoyu tanımlarken “objelerin dönüyorlarmış gibi görünmesi” ifadesini kullandı. On sekizinci yüzyılda François Boissier de Sauvages, vertigonun “durağan nesnelere etrafımızda dönüyormuş gibi görünmesine neden olan bir halüsinasyon olduğunu iddia etti. Wells, soruyla ilgili olarak, kafanın hareketinin bitmesinden sonra da gözlerin hareket ettiğini tespit etti. Dolayısıyla baş dönmesi öznel ya da ruha ait bir yanılsama ya da halüsinasyon değil, kaslarla ve vestibüler sistemle ilişkili bir olaydı. Wells, gözlerin hareketinin nedenlerini değerlendirmek için ardıl görüntüleri kullanarak deneylerine devam etti. On sekizinci yüzyılda, bugün Fizik olarak bilinen bilim dalı, o dönemde doğal ya da deneysel felsefe olarak adlandırılıyordu. Ampirik olduğu için, ölçüm ve gözlemlerde kullanılan aynalı stereoskop gibi aletler, bilim alanında çok işe yaradıkları gibi, halk arasında

²³Crary, 1992, a.g.k., 104-107.

eğlence amaçlı kullanımda da oldukça popüler hale gelmişlerdir. Daha önce “görmenin sürekliliği” meselesiyle ilgili ölçümler yapmak için “kaleideskobu” icat eden kişilerden Wheatstone, çok kısa aralıklarla ölçümler yapabilen “kronoskobu” icat etti. Bu cihazların gözlem ve ölçüm kapasiteleri cevaplar üretirken, yeni soruların da doğmasına neden oluyor, bu durum da yeni cihazların üretilmesine olan ihtiyacı arttırıyordu. O dönemde görme alanında çalışan bilim adamlarına deney yapan felsefeciler denmesinden ötürü “felsefe oyuncakları” diye de anılan bu aygıtların, görsel olgularla ilgili olarak kayıtlara geçmiş olan ilk önemli meselesi “görmenin sürekliliği” olgusu olmuştur.²⁴

2.2. Phi Olayı; İnsan Gözünde Hareketin Oluşumu, Göz Yanılsamaları

Rudolph Arnheim, “Sanat Olarak Sinema” adlı eserinde hareketin insan psikolojisindeki etkisine yönelik şöyle bir ifade kullanır:

Benzerleri yaratma dileğinin psikolojik sebepleri her neyse, burada olayların görüntülerini yaratmanın nesnelere durgun şekilleriyle ve renkleriyle betimlemekten daha önemli olduğunu, çünkü en temel biyolojik reaksiyonun seyredilen nesnelere tepkimek değil olaylara tepkimek olduğunu açıklamaya yeterlidir. Bunun yanında, sanat başından beri hareket halindeki şeylerle ilgilenmiştir: av sahneleri, savaş, zafer alayları, cenazeler, danslar ve ziyafetler.²⁵

Görmenin Sürekliliği Teorisi, benzer şekil ve renkteki durağan objelerin belirli aralıklarla arka arkaya gösterilmesi durumunda, beynin, gözden geçerek beyindeki ilgili mekanizmaları uyarması sırasında yaşanan görme ve algı kusurlarına dayandırılıyordu. Böylece yirminci yüzyılın başına kadar, “Görmenin Sürekliliği” hâkim teori olarak kaldı.

Algı, küçük parçalar halinde değil, bütüncül bir şekilde oluşur. Algı, her ne kadar farklı mekanizmaların işlevleri dolayısıyla oluşsa da, doğası gereği bu süreçlerin tamamı algıyı oluşturur. 1912 yılında Max Wertheimer’in tezi, Gestalt psikolojisinin de temelini oluşturan “phi-olgusu” üzerinedir.²⁶

Hareket yanılsaması, durağan objenin uygun koşullarda, ardı ardına temsilleriyle ortaya çıkar. Film kamerası, stroboskopik cihazlar, ardı ardına sıralanmış küçük lambaların kısa aralıklarla yanıp sönmeleri suretiyle oluşturulan olgu, hareketin üretilmesini sağlar. Hareketin yanılsaması

²⁴Wade, 2005, a.g.k., 89-122.

²⁵Arnheim, 2002, a.g.k., 138.

²⁶Wade, 2005, a.g.k., 38.

sorununa ilişkin, “zaman ve mekan algılamasıyla ilgili bir tür kaynaşma”, “bir çeşit hızlı gelişen ve özel duyu mekanizmalarının işlevinden kaynaklanan”, “özel bir tür algı sistemi nedeniyle” ya da “farklı bir psikolojik süreç gerektiren” algı analizleri üzerinden teoriler öne sürülmüştür. “Duyu Teorisi”, “Ardıl Görüntü Teorisi”, “Göz Hareketi Teorisi”, “Değişim Duyusu Teorisi”, “Füzyon Teorisi” ve “Gestalt Teorisi” gibi kayda değer kuramlar bu sorun üzerine çözüm üretmeye çalışmışlardır. Wertheimer, bir kaydırıcı üzerine yerleştirdiği çerçeveyi, farklı gözlemcilerle; farklı yaş grupları, tecrübeli – tecrübesiz, farklı pozisyonlarda, gözlemcilerine defalarca göstermek suretiyle deneylerini tatbik etmiştir. Deneylerini, hem “gerçek hareket”, hem de durağan objenin değiştirdiği pozisyonlar üzerinden sunulan “görünen hareketle” uygulayan Wertheimer, gözlemcilerin “gerçek görüntü” ile “görünen hareket” arasındaki farkı ayıramadıklarını tespit etmiştir. Her durumda ideal hareket elde edilmiştir. Deneyler sırasında gözlemcinin, konuya olan mesafesiyle ilgili tespitler dikkat çekicidir. İdeal hareket, yakın mesafeli gözlemlerde tespit edilmektedir. Bir başka kaydırıcı deneyinde, kaydırıcının hareketli parçasının üzerine eklenen küçük bir iğne “a” noktasında gözlemci tarafından tespit edildiği anda “b” noktasında belirir. Arka arkaya gelen bu görüntüler, ideal hareketi oluşturur. İdeal hareketin, gözün hareket etmesi nedeniyle oluştuğu düşünülebilir, zira göz “a” pozisyonundan “b” pozisyona geçerken hareket eder ve objeyi netleştirmek için kımlıdır. Ancak Wertheimer ikinci bir test daha yapar. Bu ikinci testte Wertheimer, objenin pozisyon değişimi arasındaki süreyi saniyenin onda birinden aşağıya çeker, böylece göz hareketinin deneye olan etkisi göz ardı edilebilir. Her iki testte de aynı sonuca ulaşılması üzerine, ideal hareketin göz hareketi dolayısıyla olmadığı kanıtlanmıştır.²⁷ Deneklerin durağan objeler üzerindeki tespitlerine ilişkin Wertheimer’in raporu, durağan objelerin, daha önceki teorilerde öne sürülenlerden farklı bir şekilde, hareketin ideal ve doğal olarak algılandığı şeklindedir.

İzlenim “a’yı görüyorum, b’yi görüyorum, şeklinde gelişmez. Emin bir şekilde ifade etmeliyim ki a ve b aynı şey olmalıdır.” Görünen hareket olgusal bir şeydir, “şimdi burada”, “şimdi orada” gibi bir tespitten tamamen farklı olarak, hareketin oluşumunu kesin bir inanca bağlar. Benzer şekilde a ve b’nin ideal hareket halindeki tanımlanmış izlenimleri nesnenin “aynısının bir benzeri daha var” gibi bir tanımdan ziyade, açık bir şekilde “her iki objenin aynı olduğu” yönündedir.²⁸

²⁷M. Wertheimer (2012). *On perceived motion and figural organization*. London: The MIT Press, s.2-23.

²⁸Wertheimer, 2012, a.g.k., s.24.

Wertheimer'a göre hareket etmeyen nesnelere, hareketli görünmelerinin sebebi "Duyular Teorisi", "Ardıl Görüntüler Teorisi", "Göz Hareketi Teorisi" ya da "Füzyon Teorisi" değildi. Schumann'ın takitoskopunun kullanıldığı deneylerde Wertheimer, Koffka ve Köhler'in katılımlarıyla deneyler yapmıştır. Bu deneylerde düz bir çizginin kısa aralıklarla arka arkaya "a" pozisyonunun hemen ardından "b" pozisyonunda deneklere gösterilmesi durumunda "görünen ya da olgusal hareket" (*apparent motion*) ya da "*phi* olgusu", "*phi* hareketi" ismini verdikleri bir sonuca ulaştılar.²⁹ İki sabit çizgi, "a" ve "b", uygun zaman aralığında arka arkaya gösterildiğinde, gerçekte hareket etmeyen "a" ve "b", hareket ediyormuş gibi görünür.³⁰ Böylece, "Görmenin Sürekliliği" ve göz ile hareket ilişkisi üzerine öne sürülen bütün teoriler çürütülmüş oldu.

2.3. Göz Yanılsamalarının Aygıt Dönüşmesi

Algısal süreç, duyuların uyarılmasıyla başlar. Elektrokimyasal aktiviteler, sensör algılayıcılarına iletilir ki bunlarda sinir dürtülerini harekete geçirir. Bu duyu sensörleri sinyalleri beyne taşır. Davranışlar bu iletişimin sonucunda oluşur. İnsanlarda davranış biçimleri çok daha kompleks bir yapıdadır ve daha önceki uyarılmalar daha sonrakileri etkiler. Dolayısıyla deneyimler, algının ve beynin diğer fonksiyonlarını belirler.³¹

Hücre ve nöron alanlarında yapılan araştırmalardan edinilen bilgi, algısal olguları yorumlamayı sağlamıştır. Helmholtz, görsel algının, retinanın ışık tarafından uyarılması sonucu oluştuğunu, bunun miktarının uyarıcıları etkilediğini ve algıyı oluşturduğunu iddia etmiştir.³²

Wertheimer'ın "*phi* olgusu" adını vereceği deney yapılmadan önce, on dokuzuncu yüzyıl başlarında Daguerre'nin gözlemcinin konumuyla ilişkilendirilebilecek uygulamaları, durağan panoramalar yerine, hareketsiz izleyici ile mekanik sistemler ve optik deneyime dayalı bir izlenim sundu. Seyircinin konumuna göre hazırlanan perspektife sahip bir resim, önceden hazırlanmış bir ortamda izleyiciye hareket eden bir görüntü hissi veriyordu. İzleyicinin resmin tamamını görmesi için kafasını ya da gözlerini hareket ettirmesi gerekiyordu. Diaromalar farklı sahnelerden ve ışık oyunlarından oluşuyor, hatta izleyicilerin bulunduğu platform hafifçe

²⁹Wade, 2005, a.g.k., 94.

³⁰Wertheimer, V. Sarris, 2012, a.g.k., s.94.

³¹Wade, 2005, a.g.k., 1.

³²Wade, 2005, a.g.k., 35-36.

hareket ediyordu. *Phenakistiskop* ya da *Zootrope* gibi diatomalar da izleyiciyi gösterinin bir parçası ya da katılımcısı haline getiriyordu.³³

Kepler ışığın, gözün şeffaf yüzeyinden geçişine ilişkin yapıyı anlatırken, retinada oluşan resimden bahsetmiş ve bu ilişkiyi göz ve kamerayı birbirine benzeterek anlatmıştır. Eğer ışık lens üzerinden retinaya ulaşabiliyorsa ışığın göze yayılmasına gerek yoktu.³⁴ On altı ve on yedinci yüzyıllarda göz ile optik aygıt arasındaki ilişki metaforiktir. Eğitilmiş, ustalık gerektiren, belirli bir disiplin ve kurallar çerçevesinde izlemeyi gerçekleştiren “İdeal göz”, bu dönemde hâkim ve rakipsizdir. On dokuzuncu yüzyılda, göz ile optik aygıt arasındaki ilişki metanomik bir yapıya dönüşmüş, *camera obscura*-göz ya da teleskop-göz ilişkisi birbirlerinin yerine kullanılır hale gelmiştir. Göz ve optik aygıt, aynı sahada işleyen, aynı durum ve prensiplerle çerçevelenmiş, farklı kapasite ve özelliklerdeki iki unsur halini almıştır. Optik alanındaki teknolojik ilerlemeler, ayrıca sosyal ve politik konjonktürün ortaya çıkardığı yeni bakış açısıyla birlikte *camera obscura*, lineer optik özellikleri; sabit pozisyonu, algı ve nesneyi tanımlama biçimi ile hızlı ve sürekli değişen kültürel-politik ortama ayak uyduramayarak, durağan ve esnek olmayan yapısı nedeniyle etkisini yitirmeye başladı. Artık görüntü, sadece “gerçek dünyayı” ifade etme aracı değildi.³⁵

Böylece gözün fonksiyonu, kameranın ya da yapay gözlerin optik yasalarıyla yeniden inşa edilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda kamera, sanat ve bilim alanlarında kullanılan ilk felsefi, optik oyuncak olmuştur. Arka arkaya gelen yenilikler ve optik oyuncaklar hem sanatçılara hem de bilim adamlarına alanlarında yeni imkânlar sağlıyordu. *Camera* çok önceden beri bilindiği halde, resimlerin yeni biçimlerde kullanılabilir hale gelmesi, bilim adamlarının gözü bir optik aygıtı benzetmelerine neden olmuştur.³⁶

2.4. Optik Oyuncaklar

Faraday gözün, belirlenmiş zaman aralıklarında, birbirine yeterli biçimde yakın mesafedeki ve algılanabilir şekilde yerleştirilmiş objelerin, görsel izlenimleri sürekli izlenimler olarak algılayacağını anlatmıştır. Böylece tekerleklerin çıtarlarının belirli hızlarda neden yamuk gözüktüklerini ya da belirli bir hıza ulaşan tekerleğin neden ters yönde hareket ediyormuş gibi

³³Crary, 1992, a.g.k., 113.

³⁴Wade, 2005, a.g.k., 14-15.

³⁵Crary, 1992, a.g.k., 129-138.

³⁶Crary, 1992, a.g.k., 15.

algılandığını açıklamıştır.³⁷ On dokuzuncu yüzyıl başındaki çalışmaların neticesinde üretilen optik oyuncaklar, görme sürekliliği olgusunu yaratan unsurlardır. Bu olgu üç şekilde ortaya çıkmaktadır. Görme sürekliliği, ilk olarak görünen, hızlı hareket eden ışığın devamlı biçimde izlenmesini sağlayarak, ikinci olarak; birbirine benzeyen figürlerin, göze ardı ardına sıralanmış uyarıcılar göndermesiyle ve son olarak, tek bir figürün farklı konumlarının hızlı bir şekilde arka arkaya oynatılmasıyla gerçekleşmektedir.³⁸ Görme ve algılama konusundaki ilerleme ve araştırmalar, bilim adamlarının optik aygıtlar üreterek yeni ölçümler ve deneyler yapmasının önünü açmıştır. *Camera obscura* ve sihirli lamba gibi aygıtların ardından, Sir David Brewster, 1814 yılında başladığı deneylerinin sonucunda *Kaleidoscope* adını verdiği bir aygıt üretmiştir.

Kaleidoskop, Yunanca *καλός* (güzel), *εἶδος* (şekil, biçim) ve *σκοπέω* (görmek, bakmak) kelimelerinden türetilmiş, “güzel şekiller görmek” anlamına gelmektedir. Yansıtıcı levhalar birbirine gerektiği ölçülerde yaklaştırılarak eşit açılarda paralel olarak yüzeye yerleştirilmiş ve levhaların tam merkezinde bulunan mum ışığının etrafında daire oluşturacak şekilde görüntüyü oluşturacak resim konulmuştur. Mükemmel simetrisinin yakalanması için gözün ve resmin pozisyonu kritik önem taşımaktadır. Bu nedenle Brewster, deneylerinin sonucunda resimleri koyacağı yeri ve gözlemcinin nereden bakması gerektiğini hesaplamış, ardından oluşturduğu sistemi bir tüpün içine yerleştirmiştir. Tüpün bir ucuna yerleştirilen boyanmış camın bulunduğu kısım döndürüldüğünde, düzenli, simetrik bir hareketli görüntü gözlemlenebilir.³⁹

Bir gün yemekten sonra sohbet ederken, Herschel, masada elindeki armudu döndürerek oynuyordu ve aniden bana dönerek bir şilin iki yüzünü ona aynı anda gösterip gösteremeyeceğimi sordu. Cebimden bir şilin çıkardım, aynanın önündeysen, ne yapacağımı anlamış gibi beni durdurdu ve “Hayır” dedi, “böyle olmaz”, şilini masanın üzerinde fırlatarak, iki yüzünün aynı anda nasıl görüneceğini gösterdi. Ertesi gün bu anekdotu Dr. Fitton’a anlattım, o da birkaç gün sonra bana bunun çalışma prensibini açıklayan güzel illüstrasyonlar gösterdi. Yuvarlak diskten yapılmış bir kart, iki parça ibrişimin arasına asılmıştı. Bu ipleri işaret parmakları ve her iki elin başparmakları tarafından tutuluyor, sonra hızlıca döndürülüyor, böylece kartın diski de tabii ki döndürülmüş oluyordu. Bu kart diskinin bir tarafına bir kuş, diğer

³⁷Wade, 2005, a.g.k., 114.

³⁸Wade, 2005, a.g.k., 112.

³⁹D. Brewster (1819), *A treatise on the kaleidoscope*. Scotland: Archibald Constable and Co. Edinburgh, s.1-6.

tarafına ise boş bir kafes resmedilmişti. İpleri hızlıca çevirdiğinizde, kuş, kafese girmiş olarak görünüyordu.⁴⁰

Thaumatrope’un mucidi olduğunu öne süren John Ayrton Paris, çocuklara eğitim için yazdığı kitabında yer verdiği hikâyede, optik illüzyonların hem muhteşem, hem de bilimle açıklanabilir yanılsamalar olduğunu vurgular. Paris’in anlattığı hikâyede, Tom, “Başsız Süvari’nin” önünden geçip gittiğini, bir Goblin’in ise neredeyse kendisine çarpacak kadar yakın ve hızlı bir şekilde yanından geçip gitmesini hayranlık ve merakla izler. Bay Seymour, izlenimin aslında sihirli lambanın sadece geliştirilmiş bir versiyonu olan bir aygıt tarafından gerçekleştirildiğini anlatır. Bu izlenim basit bir aygıt olan *Phantasmagoria* ile sağlanmıştır.⁴¹ Yine aynı kitapta *thaumatrope*’un çalışma prensiplerinin anlatıldığı bir sahnede, gözlemciler korku, şaşkınlık ve hayretle gösteriyi izler. Bay Seymour *thaumatrope*’un çalışma prensibini anlatır ve kelimenin Yunanca *θαύμα* (muhteşem), *πετρόπος* (dönmek) kelimelerinden oluşan, muhteşem çevirici olduğunu anlatır.⁴² 1833 yılında Joseph Plateu, üzerine resimler konulan, dik duran ve dönen bir kart hazırladı. Diskin üzerinde yer alan figürün farklı pozisyonları resmedilmiştir. Diskin üzerindeki küçük dikdörtgen aralıklar disk yüzeyine eşit mesafelerde yerleştirilir. Deliklerden bakan kullanıcı, ard arda hızlı bir şekilde gelen değişik pozisyonları hareket gibi algılar. Aygıt, optik hile ya da optik aldatmaca anlamına gelen, Yunanca *phenakisticos* kelimesinden türetilmiştir. Plateu, aygıtı isim vermemiş ancak hızla popüler olan aygıt *Phenakistiscope* olarak ünlenmiştir. Plateu daha sonra bu aygıtla ilgili *Phantasmoscope* ya da *Fantoscope* isimlerini kullanmayı tercih etmiştir. Aygıt, daha sonra sinemada izlenecek hareketli görüntülere çok benzeyen, o dönemde “görmenin sürekliliği” diye bilinen prensibe göre çalışan, akışkan bir hareket sunuyordu. *Phenakistiscope* kısa sürede oldukça popüler olmuştur. Bu popüleriteyi, T.W. Naylor, 12 Şubat, 1843 tarihli mektubunda *Phenakistiscope*’u anlatırken şöyle ifade etmektedir: “Buraya, *phantasmagorianın* çizimlerini koyuyorum, bu aygıt; figürleri, yaşamın ve gerçekliğin tüm özellikleriyle hareketli gösterme kapasitine sahip yeni bir prensip üzerine inşa edilmiştir.”⁴³ Kısa süre sonra, çalışma prensibi fenakistiskopa oldukça benzeyen, yaşam çarkı anlamına gelen *zoetrope* icat edildi. Fenakistiskoptan farklı olarak, *zoetrope*, birbirine çok benzer farklı hareketlerin simglendiği bir resimler dizisinin, bir dairenin içine,

⁴⁰C. Babbage (1864), *Passages from the life of a philosopher*. UK: Longman, Green, Longman, Roberts, & Green, s.189

⁴¹J.P. Ayrton (1827). *Philosophy in sport*. UK: Longman, Rees, Orme, Brown, and Green Paternoster-Row, s.82.

⁴²Ayrton, (1827), **a.g.k.**, s.4-6.

⁴³*Mechanics’ Magazine* (1843). James Bounsall s.319

resimli yüzü içe dönük olacak şekilde koyulmasıyla oluşturuluyordu. Dış halkanın etrafında ise eşit aralıklarla sıralanmış kesitler bulunuyordu. Sistem hızlıca döndürüldüğünde, resimler dizisi hareketli görüntü yanılsaması sağlıyordu.

Bin sekiz yüz seksenli yıllara kadar temel olarak aynı prensiplere sahip, *flipbook*, *praxinoscope*, fenakistiskopun ve yaşam çarkının projeksiyonlu modelleri gibi hareket yanılsaması sağlayan pek çok aygıt hem bilimsel çalışmalar ve deneyler, hem de popüler kültür eğlencesi objeleri olarak ortaya çıkmıştır.

III. OPTİK OYUNCAKLAR: GÖZLEMCİ VE ORTAM

3.1. Gözlemcinin Durumu ve Ortam

Buharlı makineler, tren, telgraf ve optik aygıtlar gibi aletlerin icat edildiği on dokuzuncu yüzyıl, insanın çevresine, kültüre, geçmişe ve geleceğe bakışını, düşünce yapısını da değiştirmiştir. Comte'un pozitivist düşünce biçimine göre, on dokuzuncu yüzyıl insanı, gerçek ve kesin bilgiyle felsefe yapmalıdır.⁴⁴ Optik aygıtlar ve görsel yanılsama konularıyla yakından ilgilenen Brewster, Hopwood ve Paris, kitaplarında dönemin pozitivist ruhunu açık biçimde belli ederler. Onlara göre büyü ve sihir devri kapanmıştır ve olgular bilimsel metodlarla, açık ve kesin olarak tarif edilebilir hale gelmiştir, zira optik aygıtların çalışma prensiplerini anlattıkları kitaplarında, durağan objelerin nasıl hareket ediyormuş gibi göründüklerini nesnel bir şekilde aktarmakta ve bu nesnelliği vurgulamaktadırlar.

Mağara resimlerinden on dokuzuncu yüzyıla kadar hareketli görüntü, gölge oyunları ya da karanlık kutu gibi aygıtlar vasıtasıyla sağlanıyordu. Antik Yunan Tiyatrosu, sahneyi bir sete dönüştürerek, gerçeği taklit eden bir tasarım; mizansen, semboller, kostümler ve performanslarıyla *scenography*, sahne tasarımı oluşturmuştur. Yunan Tiyatrosu'nda sahne zeminden yüksek, tam ortada bulunmaktadır ve izleyici neredeyse bir yarım yay çizecek şekilde sahnenin etrafına konumlanır. Yunanca'da *theatron*, görme yeri anlamına gelmektedir ve dönemin tiyatrocuları, bütün izleyicilerin sahneyi görebilmesi için set tasarımları geliştirmişlerdir.⁴⁵ On dokuzuncu yüzyılda hareketli görüntülerin izlenebilmesini sağlayan aygıtlar, daha önceki dönemlerin tersine, nesnel, gerçek görüntüyü ideal olarak tanımlayan bir

⁴⁴Kılıç, 2008, a.g.k., 21.

⁴⁵D. Bordwell (1985). *Narration in the fiction film*. USA: The University of Wisconsin Press, s.4-10.

sistem değişikliğinin önünü açmıştır.⁴⁶ Sanayi Devrimi, Avrupa kentlerinde, özellikle İngiltere ve Fransa’da, kitlelerin taşradan kente göçüne neden olmuş, fabrikalarda çalışan işçiler aynı zamanda yeni bir tüketim kültürünün; popüler kültür ve popüler eğlencenin de tüketicileri konumuna gelmişlerdir. Makineleşme, sanayi, pozitivist akım ve nesnellik arayışının hüküm sürmeye başladığı bu dönemde izleyici de ruhani, sembolik ya da taklit sanatlardan ziyade gerçek ya da gerçeğin temsili olan ürünlere ya da sanatlara ilgi göstermeye başlamıştır. Crary, Gözlemcinin Teknikleri (*Techniques of the Observer*, 1992) isimli kitabında gözlemciyi tanımlarken, İngilizce *spectator* kelimesi yerine, *observer* kelimesini tercih etmesinin sebebi olarak, *observer* kelimesinin “katılımcılık” içermesini gerekçe gösterir.⁴⁷ Örneğin Daguerre’nin dioromalarının tamamını görmek için izleyicinin kafasını oynatması gerekmekte, *zoetrope* gibi optik aygıtlar doğrudan doğruya seyircinin katılımını gerektirmektedir.⁴⁸ Orta Çağ’daki “ideal göz”, yerini kamera ve gözün metanomik bir ilişki içine girdikleri, birbirleriyle etkileştikleri bir gözlemci-ortam ilişkisi doğurmuştur.⁴⁹ Modernleşme sürecinde, yeni ihtiyaçlar, yeni tüketim ve üretim biçimleri ortaya çıkmıştır ki optik oyuncaklar da, on dokuzuncu yüzyılda, felsefi, bilimsel, estetik söylemlerin, mekanik teknikleri, kurumsal ihtiyaçlar ve sosyoekonomik ilişkilerle kesiştiği bir dönemde icat edilmiştir. Yeni sosyoekonomik yapıyla birlikte, görsel dil sembolik anlatım unsurlarının yerini fotoğraf gibi gerçek görüntülere bırakmıştır. Fotoğraf, karanlık kutu yardımıyla yapılan perspektif çizimlerinden farklı olarak, doğrudan doğruya yeni kültürel ekonominin bir değeri olmuştur. Zanaatkarların yaptıkları sanat eserlerinin yerini, özneliğin yeni biçimlerini sunan, çoğaltılabilen ve kitlelere sergilenebilen yeni teknolojiler almaya başlamıştır. Aygıtlar, gözlemcinin davranışlarından, ilgi alanlarından ve yeni oluşan sosyoekonomik yapıdan etkilenerek ortaya çıkmaktadır.

On dokuzuncu yüzyıl öncesindeki süreçte karanlık kutu ve *camera lucida* yardımıyla yapılan çizimlerde dâhil olmak üzere resim, insan eliyle çizilen, yapılan bir sanatken, yeni optik aygıtlar ve fotoğraf makinesinin icadı, insanın fiziksel etkisini devre dışı bırakmıştır. Ancak bununla birlikte “bakış açısı”; fotoğrafı çeken, deklanşöre basan kişinin seçtiği yer, konumlandığı açı, seçilen konu ve deklanşöre basılan an, “öznel zamanı” meydana getirir.⁵⁰ Bu yeni özellikleriyle fotoğraf ve hareketli görüntü sağlayan optik aygıtlar, tamamen yeni, yönetmenlerin bakış

⁴⁶Crary, 1992, **a.g.k.**, 5.

⁴⁷Crary, 1992, **a.g.k.**, 7.

⁴⁸Crary, 1992, **a.g.k.**, 113.

⁴⁹Crary, 1992, **a.g.k.**, 43.

⁵⁰Kılıç, 2008, **a.g.k.**, 103-105.

açılarıyla ve seyircinin doğrudan katılımıyla oluşturulacak yeni bir sanat türünün doğmasına neden olacaktırlar.

IV. OPTİK OYUNCAKLAR VE FİLM

4.1. Optik Oyuncakların Kendine Özgü Bir Ortamdan Yeniden Doğarak Başka Bir Ortama Dönüşmesi

Optik oyuncaklar, pozitivistimin hâkim olduğu, sihrin bilimle deşifre edildiği, kitlelerin kentlere göç ettiği ve böylece popüler bir kültürün oluşmaya başladığı bir dönemde icat edilmiştir. Bu aygıtlar bilimsel çalışmalarda kullanıldığı gibi tüketim toplumunun ürünleri olarak da yaygınlaşmış ve popüler olmuşlardır. Optik oyuncaklar, bir ya da birkaç kişinin aynı anda ve yakın mesafeden izleme yapabilecekleri aygıtlardır. Bir fenakistiskop ancak birkaç kişinin ya da bir yaşam çarkı çoğu zaman sadece bir tek kişinin izleyebildiği, ışıklı bir ortamda deneyimlenebilen, kısa süreli bir izlenim sunan aygıtlardır.

On dokuzuncu yüzyılın ikinci çeyreğinde ise fotokimyasal çalışmaların da bir sonucu olarak, yeni bir teknoloji yaşama dâhil olmuştur. Niepce'nin fotoğraf makinesi, karanlık kutunun aldığı görüntülerin, fotokimyasal bir süreç sonunda bir plaka üzerine kalıcı olarak kaydedilmesini sağlamıştır. Böylece fotoğraf makinesi icat edilmiştir. Niepce'nin heliografi, Daguerre'nin *Daugerrotipe*'i, plakalar üzerine kayıt yapmakta, bu cihazlar uzun süreli pozlama gerektirmekteydi. Kayıtlar metal plakalara yapılıyor, temizliği ve sabitlenmesi uzun ve zorlu süreçler gerektiriyordu. Tablot'un kayıt ortamı olarak kâğıt kullanması ve bunu takip eden süreçte, plastik bir jelatinden yapılmış filmin ortaya çıkmasıyla fotoğraf makinesinin kullanımı değişmiştir. Böylece durağan görüntülerin hareketli algılanmalarını sağlayan yanılısama etkisi, fotoğraf filmlerine uygulanabilmiştir. Fotoğraflar, optik aygıtlardan farklı olarak, anime edilmiş görüntüler değil, gerçek görüntüler oluşturmaktadır. Bu nedenle fotoğrafın bir sanat olamayacağı, zira bir makinenin resim yapmasından dolayı sanat eseri sayılamayacağı gibi bir görüş ortaya çıkmış, bununla beraber fotoğrafın çoğaltılabilmesinden kaynaklı olarak yine bir sanat eserinin biricik olma özelliğini yitirdiği düşüncesi tartışma konusu olmuştur.

4.2. Optik Oyuncakların Yeni Bir Ortama Dönüşmesinde Kullanılan Teknoloji ve Süreç

Fotoğraf makinesinin icadından yüzyıllar önce Albertus Magnus (1193-1280), gümüş nitratin insan bedenini çok zor silinen siyah bir lekeyle kapladığını anlatır ancak bunun ışıkla alakasından bahsetmez. Gümüş tuzunun ışıkla olan ilgisinin Orta Çağ simyacıları tarafından bilindiğine ilişkin tezlere konu olan Georgius Agricola (1490-1555) gümüş tuzundan hiç bahsetmemiştir. Georgius Fabricius (1516-1571) gümüş kloridden ilk bahseden kişi olsa da, bunun ışıkla bağımlı olmadığını belirtmiştir. İlk defa 1614 yılında Angelo Sala, toz haline getirilmiş gümüş nitratin, güneş ışığına maruz bırakıldığında mürekkep kadar siyah olduğunu aktarmaktadır. 1694 yılında William Hornberg, bir kemiği gümüş nitrat çözeltisinin içine batırdıktan sonra güneş ışığında bekletmiş, çözeltinin yüzeye temas ettiği yerler siyaha dönerken, diğer kısımlar beyaz kalmıştır. Her ikisi de bu değişimin ışık dolayısıyla mı yoksa ısıdan mı kaynaklı olduğunu çözememişlerdir. Işık ile gümüş tuzu arasındaki ilişkiyi ilk tespit eden kişi Heinrich Schulze olmuştur. Schulze, 1725 yılında fosfor yapmak için tebeşir tozunu nitrik asitle karıştırır. Nitrik asitin içeriğinde bir miktar gümüş bulunmaktadır. Çözeltiyi uyguladığı zeminde, çözeltinin güneş gören kısmın renginin mora döndüğünü, diğer kısmın ise beyaz kaldığını fark eder. Schulze yapmakta olduğu deneyi bırakır ve bu renk değişimini çözmeye çalışır. Ateşle yaptığı denemelerde, etkenin sıcaklık olmadığını keşfeder. Deneyi tekrarladığında sadece ışığa maruz bırakılan bölgenin renginin değiştiğini fark eder.⁵¹ Bunun üzerine bir şişenin içine çözeltiyi koyar, şişenin etrafını ışık almayacak bir kapıta kapatır ve sadece şu sözcüklerin yazdığı şekilde kağıdı keser:

Çok geçmeden fark ettim ki kâğıttaki açıklıklardan geçip cama değen kısımdaki güneş ışınları, tam bir isabet ve ayırt edici bir biçimde kelimeleri ve cümleleri tebeşir çözeltisinin üzerine yazdı, pek çok insan böyle konulara meraklı olsa da bilimsel deneylerin doğasından bihaber olanlar deneyin sonucunu farklı maharetlere bağlarlar.⁵²

Schulze, deneylerini geliştirerek, sadece güneş ışığında değil, aynadan yansıyan ışık veya beyaz duvardan yansıyan ışıkla da aynı sonuca ulaşmıştır. Schulze, bu çalışmalarını fotoğraf makinesinin yapımı gibi bir uygulamaya dökmemiş olsa da fotoğraf kelimesinin karşılığı olan “ışıkla yazmak” tarifine uygun olacak buluşu yaptığı için Profesör Eder tarafından fotoğrafın

⁵¹Gernsheim, H.,Gernsheim, A., (1969), **a.g.k.**, s.30-31.

⁵²Gernsheim, H.,Gernsheim, A., (1969), **a.g.k.**, s.31.

mucidi olarak sunulmuştur. Ancak bir terim ve ışığın kalıcı olarak bir yüzey üzerine resmedilmesi bakımından fotoğraf, 1839 yılında ortaya çıkmıştır.⁵³

Thomas Wedgwood (1771-1805), karanlık kutunun ürettiği görüntüyü sabitlemek için uğraşmış ancak başarılı olamamıştır. Bununla beraber, gümüş nitrat çözeltisi kullanarak yaptığı deneylerde Schulze'un sonuçlarına ulaşmış, bunları daha da ileri götürerek cam üzerinde ışık filtreleri kullanmıştır. Buna göre ışık, farklı renk filtreleri üzerinden gümüş nitrat çözeltisiyle buluştuğunda, farklı yoğunluklarda etkileşim göstermektedir. Gümüş nitrat çözeltisiyle hazırlanmış yüzey üzerine bir figürün gölgesi düştüğünde, gölgenin olduğu kısım, ışığın temas ettiği bölgeye göre beyaz kalmaktaydı.

Böylece, Wedgwood yüzeye temas eden ışığın ters bir biçimde; gölgelerin aydınlık, ışığın ise karanlık olarak iz bıraktığını keşfetmiş oldu.⁵⁴ Wedgwood bu teknikle silüet yaratmayı başarmış, Niepce ise bu tekniği kullanarak taş baskı tekniğiyle denemeler yapmıştır. Niepce, ışığa duyarlı solüsyonu geliştirerek, deneylerini karanlık kutuyu kullanarak gerçekleştirerek başarılı olmuştur. Denemelerini geliştiren Niepce, ışığa duyarlı malzemeyi, kurşun ve kalay karışımından oluşan bir levha üzerine sürerek heliograf denilen ilk fotoğrafı elde etmiştir. Işığa duyarlı malzemeler ve yüzey üzerine çalışmaları geliştiren Daugerre, 1835 yılında civa buharından geliştirdiği yöntemle pozitif görüntü elde etmeyi başarmıştır. 1839 yılında yeni makinesi, Fransız Bilimler Akademisi tarafından onaylanmıştır.⁵⁵ Levend Kılıç fotoğraf makinesinin serüvenini anlatırken, "Fotoğrafçılık, Wedgwood'un araştırmalarıyla başlamış, Niepce ve Daguerre'in araştırma ve elde ettikleri sonuçlarla gelişmiş, resmi olarak da Daguerre tarafından sonuçlandırılmıştır." demektedir.⁵⁶

Fotoğraf makinesinin icadı, resimlerin hareketli olarak kaydedilmesine imkân tanımıyordu. Karanlık kutunun sağladığı hareketli görüntü, fotoğraf makineleri tarafından kaydedilemiyordu ancak optik oyuncakların sağladığı hareket yanılması, bu oyuncakların kitleler üzerinde yarattığı popüler etki ve Talbot'un Daguerre'nin hantal ve kullanışsız levhasına rakip olacak kâğıttan yapılmış kayıt ortamı sağlayan yüzeyi icadıyla başlayan süreç, hareketli görüntünün kaydedilmesinin yolunu açacaktır. Fotoğraf filminin icadı, hem kameranın kolay taşınabilmesini, hem filmin muhafazasını hem de temizlik işlemlerini kolaylaştırmıştır. Ancak

⁵³Gernsheim, H.,Gernsheim, A., (1969), **a.g.k.**, s.31-32.

⁵⁴Gernsheim, H.,Gernsheim, A., (1969), **a.g.k.**, s.32-39.

⁵⁵L. Kılıç (2012). *Fotoğrafa başlarken*. Ankara: Dost Kitabevi (4. Baskı), s.17-22.

⁵⁶Kılıç, L. (2012). **a.g.k.**, s. 22.

optik aygıtların sağladığı hareketli görüntü yanılması için başka bir mekanizmanın icat edilmesi gerekecektir.

Fotoğrafın icadından, fotoğraf karelerinin hareketli görüntü olarak yüzey üzerine uygulanmasına kadar olan süreç boyunca, “Görüntünün Sürekliliği Teorisi” denilen, şekil, renk ve biçim yönünden birbirlerinden ufak farklılıklarla çizilmiş durağan nesnelerin ardı ardına kısa aralıklarla sıralanması durumunda görüntünün hareket ediyormuş yanılması oluşturduğu biliniyordu. On dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında, fotoğraf karelerini hareketliymiş gibi sunmanın çalışmaları başlamıştır. Gernsheim, 1867 yılında Alfred Pollock’un dairesel olarak dönen bir yüzey üzerinde, yürüyen bir adamın 50 fotoğraftan oluşan bir dizisiyle, bir fenakistiskop ya da stroboskopta denemeler yaptığını not etmektedir. Pollock, negatiflerin daha duyarlı olmaları halinde, bir atın hareketini ya da bir köpeğin kuyruğunu sallamasını kaydedebileceğini iddia etmektedir. Gernsheim 1874 yılında Pierre Jules Cesar Janssen’in denemesini şöyle aktarmaktadır:

1874 yılında Fransız astronom Pierre Jules Cesar Janssen Venüs’ün güneşin önünden geçişini kronofotografik olarak kaydetmek için ilk otomatik kamerayı tasarlamıştır (8 Aralık 1874). Yersizce torna olarak adlandırılan teçhizat karanlık bir odada kurularak güneşin imgesini sabitlemek için bir helyostata odaklanmıştır. Her bir pozlama süresince saat yönünde hareket eden ve bir Malta haçı hareketiyle durdurulan yuvarlak daguerreo tipi plakaların kenarlarına yetmişer saniyelik aralıklarla arka arkaya 48 fotoğraf çekilmiştir. Plakanın önünde tek açıklıklı durağan bir disk ve hassas plakadan 4 kat daha hızlı dönen 12 deliğe sahip bir örtücü disk bulunmaktadır. Pozlama, her defasında örtücü diskteki deliğin durağan diskteki açıklığa denk geldiği yerde yapılmıştır. Bu kadar geç bir tarihte daguerreo tipi plakanın kullanımı bir açıklamayı gerektirmektedir. Tüm prosedür yaklaşık bir saat sürmüş, ıslak kolodyum uygun bir ortam sunmamıştır. Bunun haricinde cam plaka halelere neden olacağından astronomlar güneşin fotoğraflarını çekerken uzun süre daguerreo tipi plakalar kullanmaya devam etmiştir.

⁵⁷

Etienne Jules Marey (1830-1904), hayvanların hareketleriyle ilgili deneylerinde Janssen’in kronografını geliştirerek kullanmış, bu kareler *zoetrope* kullanılarak hareketli olarak izlenebilmiştir. Nihayet 1877 yılında Eadweard Muybridge (1830-1904), Leland Stanford’un siyah atı *Occident* ile çekimlere başlamıştır. *Occident*, siyah vücuduyla kontrast oluşturacak

⁵⁷Gernsheim, H.,Gernsheim, A., (1969), **a.g.k.**, s, 434.

şekilde, aydınlık bir fon önünde saatte 22 mil hızla koşarken, 40 ayak mesafedeki kamera tarafından bir dizi fotoğrafları çekilmiştir. Muybridge'in bu deneyi Stanford ile dostu Frederick Mac Crellish arasındaki "atların ayakları koşarken yere değer mi" tartışmasını neticelendirmiş, buradan cesaret alan Stanford, Muybridge'den deneyi daha fazla kamerayla tekrarlamasını istemiştir.⁵⁸ Muybridge, yan yana dizdiği 12 kamerayla, 1/1000 enstantane hızı ve yarım saniyelik aralıklarla bu çekimi gerçekleştirmiştir. Bu çekimden esinlenen Marey, 1888 yılında, kutu şeklinde bir kamera yaparak, kâğıt filmlerden saniyede 120 kare gösterim yapabilen bir cihaz geliştirmiştir. Marey böylece, kâğıttan fotoğraf stoklarıyla kamera mekanizmasını birleştirerek fotografik hareketli görüntü elde eden ilk kişi olmuştur. Aynı yıl George Eastman, hassaslaştırılmış kâğıt rulolarına fotoğraf çekebilen, adını Kodak koyduğu bir kamera icat etmiştir. Augustin Le Prince, Kodak'ın bu yeni makinesini kullanarak saniyede 16 kare çekim yaparak kısa filmler üretmeyi başarmış ancak elinde yeterli miktarda şeffaf film bulunmadığından, çekimlerini projeksiyona aktaramamıştır. 1888 yılından itibaren Thomas Edison, onunla birlikte yardımcısı Dickson hareketli görüntüler üreten bir makine tasarlamak için çalışmışlara başlamışlardır. 1889 yılında Dickson, Marey'nin kamerasını gördükten sonra Kodak'ın film stoğunu alır ve 1891 yılında Kinetograf adını verdiği kamerayı ve bu kameranın çekimlerini yüzeye yansıtmaya yarayan Kinetoskop ismini verdiği izleme kutusunu icat eder. Dickson, Eastman'ın kullandığı film stoğunu 35 milimetrelilik parçalara ayırarak kullanır. Çerçevenin her iki yanına ikişer delik açar ve bunların içine geçen dişlerle filmleri kinetoscopa bağlar. Böylece film stoğu üzerine kaydedilmiş fotoğraf kareleri, hareketli bir şekilde yüzey üzerinde izlenebilir hale gelmiştir.⁵⁹

4.3. Dönüşümden Sonraki Temel Belirleyici Öğeler

Fotoğraf makinesinin işleyişi, karanlık kutunun çalışma prensibiyle aynıdır. Makine, 4 tarafı kapalı, karanlık bir kutudur. Fotoğraf makinesini oluşturan kutunun bir yüzeyinde bir delik, delikten içeri doğru giren ışığı toplamak ve kontrol etmek için kullanılan bir merceğe, merceğin ardından ışığın ne kadar süre boyunca kutunun içine verileceğini belirleyen bir örtücü sistemi ve ışığın yüzeye kaydedilmesi için duyarlı materyalle kaplanmış jelatin film bulunmaktadır.

⁵⁸Gernsheim, H., Gernsheim, A., (1969), **a.g.k.**, s, 434-435.

⁵⁹D. Bordwell, K. Thompson (2003). *Film history*. USA: McGraw-Hill (2. Baskı), s.13-18.

Fotoğraf makinesi insan gözüne benzer, yanları ve arkası ışık geçirmeyen, buna karşın önünde saydam ve ışık geçiren bir mercek sistemi (objektif) olan bir aygıttır. Nesneden fotoğraf makinesine gelen ışık, objektif üzerinde toplanır ve diyaframa ulaşır. Diyafram neseneden gelen ışığın fotoğraf makinesinin içine (yani karanlık kutu bölümüne) girmesi gereken miktarı ayarlar. Diyafram bu işi insan gözündeki iris gibi dairesel olarak büyüyen, küçülen açıklıkla sağlar. Objektif, diyafram deliğinden geçen ışıkları toplayarak fotoğraf makinesinin arka duvarındaki ışığa karşı duyarlı film yüzeyine ulaştırır. Işığın, film yüzeyi üzerinde ulaştığı noktada (odaklandığı noktada) nesnenin görüntüsü ortaya çıkar. Bu görüntü, gözün ağtabakasında oluşan görüntü gibi hem alt-üst hem de sağ-sol olarak terstir. Fotoğraf makinesinin çalışma sistemi bulunuşundan beri değişmemiştir.⁶⁰

Fotoğraf makinesi, dışarıdan gelen ışığı dört tarafı ışık geçirmez, karanlık bir kutunun içine alarak, istenilen miktarda ve sürede kayıt ortamı olan film stoğunun üzerine kaydeden bir mekanizmadır. Sinema filmi ise, bunun tersine, kaydedilmiş bu ruloyu, projeksiyon sistemi ile bir yüzey üzerine yansıtılmaktadır. Fotoğraflar, kaydın ardından banyo ve temizlik işleminden geçirildikten sonra “*latent image*” denilen gizli görüntü, istenilen ebatlardaki yüzeylere basılmak suretiyle izlenebilir hale getirilir. Hâlbuki film izlenimi, karanlık bir ortamda, beyaz bir perde üzerinde film stoğunun saniyede 24 kare hızla döndürülerek perde yüzeyine yansıtılması suretiyle sağlanmaktadır.

V. SONUÇ

Mağara sanatçılarının dışarıda görmüş olduklarını, daha sonra mağara duvarlarına resmetmelerinden bu yana geçen zamanda, insanlık hem resmetme tekniklerini geliştirmiş hem de öykü anlatımında uzmanlaşmıştır. Yunan Tiyatrosu'nun sahne tasarımı, mimetik öğeleri kullanımı, anlatı yöntemlerini geliştirmesi ve hareketin bütün algı sistemleri içinde en kuvvetli uyarıcı olması gibi birbirinden farklı unsurlar sinemanın doğuşunda etkili olmuştur.

Sinemadan önce müzik, resim, edebiyat, tiyatro, dans gibi sanat dallarını icra eden insanlık açısından sinemanın ortaya çıkışı, teknolojik, kültürel ve toplumsal gelişmelerle doğrudan bağlantılıdır. Bütün sanat dallarının öğelerini kullanan sinemanın doğuşu öncelikle diğer sanatlardan farklı olarak teknolojik ilerlemeye muhtaç kalmıştır. Diğer tüm unsurlardan önce

⁶⁰Kılıç, L. (2012). **a.g.k.**, s. 40-41.

sinemanın doğmasını sağlayan koşullar, önce durağan görüntülerin fotokimyasal süreçlerden geçerek kaydedilmesini sağlayan fotoğraf makinesi ve sonra bu aygıtın kaydettiği resimlerin, istenilen hızlarda arka arkaya yüzeye yansıtılmasını sağlayan projeksiyon teknolojileridir.

Teknolojik gelişim, sanayileşme, bunun sonucu olarak kırsaldan kente göç, göçe bağlı olarak ortaya çıkan işçi sınıfı, topraktan koparak iş vakti dışında kentte *leisure time* denilen, boş vakti olan yeni tüketim toplumu bireylerinin ortaya çıkışı, yeni bir anlatım dilinin ve yeni bir sanatın doğmasını sağlamıştır. Sinema, öyküleme tekniklerinin, kendi ortamı içinde yeniden yorumlanmasına olanak tanıyarak, Modern Çağ'ın sanatı olarak tarih sahnesindeki yerini almıştır.



KAYNAKLAR

- Arnheim, R. (1974). *Art and visual perception*. USA: University of California Press.
- Kılıç, L. (2008). *Fotoğraf ve sinemanın toplumsal tarihi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Wade, N.J. (2005). *Perception and illusion*. USA: Springer.
- Wade, N.J.,Swanston, M. (2001) *Visual perception*. (2. Baskı), UK: PsychologyPress Ltd.
- Crary, J. (1992). *Techniques of the observer*. USA: The MIT Press.
- Scharf, A. (1975). *Art and photography*. UK: PenguinBooks.
- Gernsheim, H.,Gernsheim A. (1969). *The history of photography*. UK: Oxford University Press.
- Arnheim, R. (2002). *Sanat olarak sinema*. (Çev: Rabia Ünal) Ankara: Öteki Yayınevi.
- Wertheimer, M. (2012). *On perceived motion and figural organization*. London: The MIT Press.
- Brewster, D. (1819). *A treatise on the kaleidoscope*. Scotland: ArchibaldConstable and Co. Edinburgh.
- Babbage, C. (1864). *Passages from the life of a philosopher*. UK: Longman, Green, Longman, Roberts, &Green.
- Ayrton, J.P. (1827). *Philosophy in sport made science in earnest; being an attempt to illustrate the first principle of natural philosophy*. UK: Longman, Rees, Orme, Brown, and GreenPaternosterRow.
- Mechanics' Magazine (1843). James Bounsall.
- Bordwell, D. (1985). *Narration in the fiction film*. USA: The University of Wisconsin.
- Kılıç, L. (2012). *Fotoğrafa başlarken*. Ankara: Dost Kitabevi (4. Baskı).
- Bordwell, D.,Thompson, K., (2003). *Film history*. USA: McGraw-Hill (2. Baskı).



Dünyada Ve Türkiye’de Medya Ve İslamofobi

Prof. Dr. D. Ali ARSLAN⁶¹

ÖZET:

Son yıllarda çok hızlı bir gelişim gösteren ve çeşitlenen medya ya da öteki tabirle kitle iletişim araçları, çağdaş toplumlarda fert ve toplum hayatının en vazgeçilmez unsurları arasına girmiştir. İlk dönemler yalnızca bir kitle iletişim olgusu hüviyetiyle karşımıza çıkan medya, özellikle yirminci yüzyılın son çeyreğinde, bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerinin de etkisiyle çok hızlı bir değişim ve dönüşüm süreci yaşadı. Bu süreçte, toplumun genelinin aşına olmaya başladığı klasik tabiriyle ifade edilebilecek radyo, televizyonu, telefon gibi iletişim araçlarına, taşınır-görüntülü-akıllı telefonlar, internet ve elektronik posta gibi birçok ileri teknoloji ürünü iletişim araçları da eklendi. Hatta bu iletişim araçları neredeyse, insanların günlük hayatının ve toplumsal faaliyetlerin ayrılmaz-tamamlayıcı bir uzvu haline almaya başladı.

Gün geçtikçe aralarına yenileri eklenen sanal-internet ve sosyal medya araçları kitle iletişim araçları, kitleleri eğlendirip insanlara serbest zamanlarında hoş-eğlenceli anlar yaşatmanın ötesinde, çok daha farklı ve mühim işlevler icra edebilecek boyutlara ulaştı. Yaşanan bu değişim ve gelişim sürecinde medya, insanların algı, tutum ve davranışlarını etkileyebilme; yalnızca etkilemekle kalmayıp bunları değiştirebilme gücüne ulaştı. Geniş halk kitlerini hatta topyekûn toplumun sınırlarını, geniş ölçekli küresel kitleleri zorlamaya başladı. Zaman içinde etki alanını hızla geliştirip gücüne güç katan medya, toplumların yapısını, mevcut düzenini ve fertler arasında yaşanan toplumsal ilişkiler yeni boyutlar kazandırma, bu ilişkilere yeni şekiller verme, onları yeniden üretme ve yorumlama gücüne - yeteneğine de sahip hale geldi.

Bilişim teknolojilerindeki bu hızlı gelişmenin sebebiyet verdiği karşı konulması zor gücü sayesinde kitle iletişim araçları ve özellikle de yeni nesil medya, algı ve imaj oluşturmada, ya da var olan algı ve kanaatlerin değiştirilmesinde hayati derecede mühim görevler icra

⁶¹ Dr. Öğr. Üyesi Fatma Sema Gürkan, Toros Üniversitesi, e-mail: sema.gurkan@toros.edu.tr

edebilecek bir potansiyele sahiptir. Başka bir ifadeyle medya, insanların ve geniş halk kitlelerinin algı ve kanaatlerinin oluşturulmasında, ya da yaygın tabirle algı yönetiminde çok büyük hizmetler yapabilir.

Atalarından kendilerine miras bırakılan İslam karşıtlığını, bunun da ötesinde İslam düşmanlığını yüreklerinin derinliklerinde barındıran odaklar, medyanın bu gücünün çok çabuk farkına vardı. İslam düşmanlığı neredeyse genlerine işlemiş olan bu gözü dönmüş güçler; günümüzde her fırsatta ve her ortamda, her türlü aracı kullanarak, gerçekte barış, kardeşlik ve sevgi dini olan yüce dinimiz İslam'a ve biz Müslümanlara saldırmayı kendilerine vazife addetmiş durumdadırlar. Hem gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçları ve hem de dijital-sanal-sosyal medya bu güçler için en güçlü silah vazifesi yerine getirmektedir. Bu tespitlerden yola çıkarak çalışmada İslam korkusu, hatta İslam düşmanlığı olarak da tanımlanabilen İslamofobi olgusu ve medyanın İslamofobi üzerindeki etkisi ile bu yanlış algının değiştirilmesinde kitle iletişim araçlarının yeri ve öneminin sosyolojik açıdan incelenmesi hedeflenmiştir.

Anahtar Sözcükler:

İslam, Kitle İletişim Araçları, Algı, İslamofobi, Medya ve İslamofobi, İslamofobinin Değiştirilmesinde Medyanın Rolü.

Media and Islamophobia

ABSTRACT

Mass media are the most indispensable components of the individual and community life in contemporary societies. The media, which initially emerged as a mass communication phenomenon, underwent rapid change and transformation over time. In the process of change of life, many advanced technology communication tools such as portable-video-wireless phones, internet and electronic mail, as well as conventional communication tools such as radio, television and telephone, have become a routine part of everyday life.

Virtual-internet and social media tools that have been renewed with the passing of the day have come to such a dimension that they can entertain much more different and important functions besides amusing the masses and giving people pleasant and amusing moments in their free time. In this process, the media has reached a point where it can play an important role in influencing the attitudes and behaviours of the individuals in society, not only in affecting them but also in modifying them. This changing effect of the media is not limited to only individuals. It can also be observed in the general dimension of the society in terms of weight. The media has the power and ability to recreate, reshape, reproduce and interpret the social structure, the established order, and the social relations that occur between individuals.

In this sense, the media are in the power of creating important perceptions and images, or in changing the false perceptions and opinions that exist. In the other words, the mass media can do so much in the formation of the perceptions and beliefs of individuals and the masses of the people, or for perception management.

The Islamic opposition who focus on the anti-Islamic heritage inherited from their ancestors, beyond this the foci that hold the enmity of Islam in the depths of their hearts, were very quickly aware of this power of the media. Nowadays, these powers, which are almost antagonistic to Islam, they have tried to attack Islam and Muslims, who are the religion of peace, brotherhood and love in every occasion and every environment by using all means. Both traditional media such as newspapers, magazines, radio and television as well as digital-virtual-social media are the most powerful weapons force for these forces. From these determination,

the study focused on the phenomenon of Islamophobia and the influence of the media on Islamophobia. Moreover, it was aimed to examine sociological aspects of the place and the position of the mass media in the change of this wrong perception and behavior.

Key Words:

Islam, Mass Media, Perception, Islamophobia, Media and Islamophobia, the Role of Media in Changing Islamophobia.



GİRİŞ⁶²

Medya ve iletişim olguları, bir madalyonun iki yüzü gibidir. İletişim denilince akla medya, medya denilince ise iletişim gelir. En genel tabiriyle iletişim, alıcı ile gönderici arasında gerçekleşen bir ilişkidir. Verici ile alıcı arasında cereyan eden bu ilişki de karşılıklılık esastır. Hal böyle olunca iletişimin bir toplumsal etkileşim olayı olduğu gerçeği ile karşılaşılır. İletişim konusunda çalışan bazı araştırmacılar da vurguladığı gibi “iletişim, insan ilişkilerinin süre giden bir sürecidir. Toplumsal bir olgu olup, gerçek zaman ve gerçek uzayda yer alır” (Alemdar ve Erdoğan, 1990: 170). Bir başka tabirle bu etkileşim, Freidman’ın da ifade ettiği gibi iletişim, bir verici ile bir alıcı arasındaki her türlü mesaj yayını (verici ister bir insan, isterse mekanik bir alet olsun) bir irtibat, bir ulaştırmadır, kısacası bir iletişimdir.

Medya, bünyesinde çok sayıda ve farklı türden iletişim araçlarını barındıran son derece geniş kapsamlı bir kavramdır. Basılı medya araçları olarak tabir edilen kitap, risale, dergi ve gazetenin yanı sıra her türlü işitsel (radyo gibi), görsel (afiş, pankart gibi) ve görsel işitsel (televizyon gibi) iletişim araçları medya olgusu içerisinde ele alınır. Bunların da ötesinde günümüzde hızla çeşitlenen dijital-sanal-sosyal kitlesel iletişim araçları da medya kavramı kapsamında mütalaa edilir. Medya ile dinleyiciler-izleyiciler arasında çok boyutlu ve olukça karmaşık bir ilişki vardır. Medyanın hedef kitle üzerinde meydana getirebileceği etkiler, bu etkilerin türleri ile derece ve şiddeti ise çok sayıda faktör tarafından belirlenir (Arslan, 2009).

Bütün bu teknolojik, toplumsal, siyasal ve psikolojik unsurlar, medyanın insanlar üzerinde yapacağı etkinin türü, şekli ve şiddetinde de belirleyici rol oynar. Bu bağlamda göndericinin özellikleri ve iletilerin sembolik yapısı ve özellikleri de, ortaya çıkacak etkinin, niteliksel ve niceliksel boyutları üzerinde oldukça mühim etkiye sahiptir. Görüntüler, işaretler, semboller, sayılar, sesler, sözcükler ve resimlerden ya da bunların bileşiminden oluşan iletiler, yalnızca mesaj taşımazlar. Bunlar aynı zamanda fertlerin hayatını ve algısal dünyasını yeniden şekillendirip yorumlar, ona yeni boyutlar kazandırır

Yirminci yüzyılın sonlarına doğru değişim sürecine giren, son yıllarda ise çok hızlı bir gelişim gösteren ve çeşitlenen medya ya da kitle iletişim araçları, çağdaş toplumlarda fert ve toplum hayatının en vazgeçilmez unsurları arasına girmiştir. İlk dönemler yalnızca bir kitle iletişim olgusu hüviyetiyle karşımıza çıkan medya, özellikle yirminci yüzyılın son çeyreğinde,

⁶² Bu çalışma 27-29 Mart 1017 tarihlerinde Mersin’de gerçekleştirilen Uluslararası İslam Fobiniz Olmasın Sempozyumu’nda sunulan “Dünyada ve Türkiye’de Medya ve İslamofobi” konulu bildiri temel alınarak hazırlanmıştır.

bilişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerinin de etkisiyle çok hızlı bir değişim ve dönüşüm süreci yaşadı. Bu süreçte, toplumun genelinin aşına olmaya başladığı klasik tabiriyle ifade edilebilecek radyo, televizyonu, telefon gibi iletişim araçlarına, taşınır-görüntülü-akıllı telefonlar, internet ve elektronik posta gibi birçok ileri teknoloji ürünü iletişim araçları da eklendi. Hatta bu iletişim araçları neredeyse, insanların günlük hayatının ve toplumsal faaliyetlerin ayrılmaz-tamamlayıcı bir uzvu halini almaya başladı.

Gün geçtikçe aralarına yenileri eklenen sanal-internet ve sosyal medya araçları kitle iletişim araçları, kitleleri eğlendirip insanlara serbest zamanlarında hoş-eğlenceli anlar yaşatmanın ötesinde, çok daha farklı ve mühim işlevler icra edebilecek boyutlara ulaştı. Yaşanan bu değişim ve gelişim sürecinde medya, insanların algı, tutum ve davranışlarını etkileyebilme; yalnızca etkilemekle kalmayıp bunları değiştirebilme gücüne ulaştı. Geniş halk kitlerini hatta topyekûn toplumun sınırlarını, geniş ölçekli küresel kitleleri zorlamaya başladı. Zaman içinde etki alanını hızla geliştirip gücüne güç katan medya, toplumların yapısını, mevcut düzenini ve fertler arasında yaşanan toplumsal ilişkiler yeni boyutlar kazandırma, bu ilişkiler yeni şekiller verme, onları yeniden üretme ve yorumlama gücüne - yeteneğine de sahip hale geldi.

Elektronik ve bilgisayar alanında, özellikle de bilişim teknolojilerinde kaydedilen bu hızlı gelişme, medyanın gücüne güç kattı. Bu karşı konulması zor gücü sayesinde kitle iletişim araçları ve özellikle de yeni nesil medya, yalnızca bireyler üzerinde algı ve imaj oluşturmada değil, bireylerin sahip olduğu algı ve kanaatlerin değiştirilmesinde de hayati derecede mühim görevler icra edebilecek bir potansiyele ulaştı. Başka bir ifadeyle medya, insanların ve geniş halk kitlelerinin algı ve kanaatlerinin oluşturulmasında, ya da yaygın tabirle algı yönetiminde çok büyük hizmetler yapabilecek bir güce kavuştu.

Öte yandan atalarından kendilerine miras bırakılan İslam karşıtlığını, bunun da ötesinde İslam düşmanlığını yüreklerinin derinliklerinde barındıran odaklar, medyanın bu gücünün çok çabuk farkına vardı. İslam düşmanlığı neredeyse genlerine işlemiş olan bu gözü dönmüş güçler; günümüzde her fırsatta ve her ortamda, her türlü aracı kullanarak, gerçekte barış, kardeşlik ve sevgi dini olan yüce dinimiz İslam'a ve biz Müslümanlara saldırmayı kendilerine vazife addetmiş durumdadırlar. Hem gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçları ve hem de dijital-sanal-sosyal medya bu güçler için en güçlü silah vazifesi yerine getirmektedir. Bu tespitlerden yola çıkarak çalışmada İslam korkusu, hatta İslam düşmanlığı olarak da tanımlanabilen İslamofobi olgusu ve medyanın İslamofobi üzerindeki etkisi ile bu

yanlış algının değiştirilmesinde kitle iletişim araçlarının yeri ve öneminin sosyolojik açıdan boyutlarıyla ele alınacak.

1. İSLAMOFOBİ

Günümüzde, çeşitli çevrelerin yeniden hortlatılma yarışı içinde olduğu İslamofobi olgusunun kökenleri tarihin derinliklerine kadar uzanır. Bu karalama, kara propaganda ve iftira kampanyasının temel dinamiklerini, yüzlerce yıldan beridir batı dünyasında, özellikle dini ve siyasi elitlerin öncülüğünde sürdürüle gelmekte olan, İslam'ın Hristiyanlık için bir tehdit oluşturduğu ve Avrupa'da da hızla yayılabileceği iddiası oluşturmaktadır. Bu iddiaları kendilerine şiar edinen çevreler, İslam dinine ve Müslümanlara karşı mücadele içinde olmuşlardır.

Avrupa'daki bu mücadelelerin somut örnekleri, özellikle 11. yüzyıldan itibaren görülmeye başlanmıştır. İslam karşıtlığının en önemli tezahürlerinden sayılabilecek bu olaylar arasında öncelikle Haçlı seferlerine atıf yapılması gerekir. Altında birçok farklı sebep yatsa da (Demirkent, 1994: 66), bu sebeplerin arasında dini faktörler başı çeker. Halkın içinde yokluk, yoksulluk, sefalet ve sıkıntıları fırsat bilen Kilise, dini kendi emellerine alet ederek, artan gücünü Doğu'ya hükmetme gayesine hizmet etmede kullanma yolunu seçti. Siyasi elitlerle işbirliği içinde, seferlere katılanlara günahlarının affı ve uhrevi mükâfatlar da vaat eden, kilisenin temel gayeleri arasında hiç kuşkusuz ekonomik ve siyasi hedefler başı çekiyordu. İslam ve Türk karşıtlığı bu gayelerini gizlemekte ve kitleleri motive etmekte bir araç görevi icra etti (Demirken, 1994: 66). Söz konusu seferler, Kilise ve dini lider Papa II. Urban'ın, devrin siyasi elitlerinden Doğu Roma İmparatoru Alexios Komnenos'un yardım çağrısı üzerine başlamıştır. Bu çağrı üzerine dört Haçlı ordusu, farklı kollardan İstanbul'a doğru yola çıkmıştır (Gümüş, 2014: 112).

Hristiyan motiflerle süslenen bu seferlerin asıl gayesi siyasi idi. Temel hedef Doğu'yu ve özellikle de Anadolu'yu ele geçirmektir. Zira 11. Yüzyılda Türkler akın akın batıya doğru ilerlemeye ve Anadolu'yu Türk Yurduna dönüştürmeye başlamıştı. Kutsal toprakları kurtarma parolasıyla yola çıkıp, Türkleri Orta Asya'ya geri sürmeyi hedefleyen Avrupalı güçler, asırlar boyunca bu toprakları ateş ve kan gölüne çevirdiler. Birincisi on birinci yüz yılın sonunda başlayan ve 200 yüz yıla yakın bir süre devam eden haçlı seferleri arasında da en önemlisi I. Haçlı Seferi gelir. Avrupa kıtasında yaşayan Katolik Hristiyanların, Papa 2. Urbanus'un çeşitli

vaatleri ve 1095'teki çağrısı sonucunda, 1096 yılında ilkini düzenledikleri bu seferler dokuz defa tekrarlanmıştır (Gümü, 2014: 112; Çöteli, 2012: 2). Bunlara küçük çaplı bazı girişimler de ilave edilebilir (İsam, 2017).

Askeri seferler 1291 yılında son bulmuş olsa da, bu haçlı zihniyetinin uzantılarını günümüzde de görmek mümkündür (İsam, 2017). Aradan yaklaşık 10 asırlık süre geçmiş olsa da, aynı zihniyetin yansımalarını ve bu korkunun izlerini, Vatikan'da görevli Kardinalin açıklamalarında da görmek mümkündür. Papalık Adalet ve Barış Konseyi Başkanı Gana asıllı Kardinal Peter Turkson, 2012 yılı Ekim ayında verdiği beyanatta “Avrupa’da Müslüman nüfusun artışının endişe yarattığını, Fransa’nın 40 yıla kalmaz bir İslam cumhuriyeti olacağını” ifade etmiştir (DHA, 2017).

“Yeni İncil Öğretisi” temasıyla toplanan XIII. Piskoposlar Sinod’unun toplantısında, dünyanın farklı coğrafyalarından gelen 262 piskoposun katıldığı oturumun sonunda söz alan Kardinal Peter Turkson, yaklaşık 7 dakikalık bir video izlettirmiştir. Video gösterimi öncesinde, “Şu anda, küresel boyutta demografik bir değişime şahit olmak üzeresiniz. Bir süre sonra Avrupa, artık bildiğimiz Avrupa olmayacak. Bu bir nüfus azalması olayı değildir. Nedir peki? Göç! Özellikle İslamik göç” cümleleriyle Avrupa’nın, “Müslüman nüfus artışı tehlikesi” ile karşı karşıya olduğu iddiasını dile getirmiştir. Kardinal Turkson’un, video gösteriminin ardından da “İslamik göçün” önüne geçilmesinin gerekliliğini vurguladığı iddia edilmiştir (DHA, 2017).

Öyle görünüyor ki, ABD'deki Pew Araştırma Merkezi'ne göre 2010 yılı itibariyle, geleceğe yönelik yaptığı tahminler, bazı kesimlerin ciddi ölçüde uykusunu kaçırmış görünmektedir. Zira bu merkezin tahminlerine göre 2010 yılında, dünyada toplam 2,18 milyar Hristiyan ve 1,6 milyar Müslüman yaşamaktadır. 2030 yılına gelindiğinde ise Müslümanların dünyadaki toplam nüfusunun, yüzde 35'lik artışla 2,2 milyara ulaşması beklenmektedir (Dünyabülteni, 2017).

Bütün bu ön bilgilerin ışığında İslamofobi olgusu, genel manada özünde İslam ve Müslüman korkusu yatan İslam düşmanlığı şeklinde tanımlanabilir. İslam’ı öteki olarak kabul eden bu kesime göre, “Hristiyanlık ve İslam arasında tarihin derinliklerinden bugüne sürekli bir şekilde sürüp giden bir mücadele, bir savaş vardır.” İslam’a karşı olumsuz bir tutum ve tavır içinde olan bu kesimlerin, nefret ve düşmanlıklarını dayanak olarak kullanmaya çalıştıkları bir diğer iftira ise “İslam’ın kendi kanunları olan kapsamlı bir totaliter ideoloji olduğu” iddiasıdır.

Bütün bunlara “Avrupa’nın İslamlaşması” söylemini de ekleyerek, kitleler üzerinde İslam dini ile ilgili olarak düşmanca bir tutum ve algının oluşup yaygınlaşması yönünde azami ölçüde çaba harcanmaktadır.

İslamofobi ya da İslam karşıtlığı temeline dayanan ırkçılık günümüzde, yeri geldiğinde tabiri caizse demokrasi havarisi kesilen birçok Avrupa ülkesinde suç sayılmıyor. Hatta nefret suçuna teşvik edici bir davranış olarak bile görünmüyor. 2014 yılında Devletlerin ve siyasi elitlerin böylesi ikiyüzlü ve umursamaz tutumları, bir bakıma dolaylı da olsa İslamofobiyi körüklemek ve İslamofobik davranışları desteklemek manasına geliyor. Hal böyle olunca, böylesi ülkelerde meydana gelen İslamofobik olaylara dair çok ciddi bir veri ve bilgi eksikliği yaşanıyor. Öyle ki 2014 yılında, İslam’a ve Müslümanlara yönelik olarak işlenen nefret suçları ile ilgili olarak, Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (OSCE)’na üye ülkeden yalnızca 5’i bu konuda resmi beyanda bulunmuştur. Sivil toplum kuruluşları ise 21 ülkede böylesi suçların işlendiğini rapor etmiştir (Hafez ve Bayraklı, 2017).

İslamofobinin canlı tutulmasında ve yaygınlaştırılmasında en önemli rolü oynayan kesimler arasında, arkasına medya desteğini alan sağ kanat siyasi partiler ve sağ siyasi görüşlü politikacılar başı çekmektedir. Ancak, İslamofobiyi kendi siyasi emellerine ve ikbal kaygılarına alet olarak kullananlar sadece sağ kanat politikacılarla sınırlı değildir. Ağırılık sağ kanatta olsa da, birçok farklı siyasi grubun politikalarına meşruiyet kazandırmak ve seçmenleri harekete geçirmek yani siyasi amaçlarına ulaşmak için İslamofobik söylem ve eylemlerden, medet umduğu görülmektedir.

Son yıllarda, İslamofobinin en yoğun yaşandığı Fransa gibi ülkelere İslamofobik olayların en az görüldüğü Litvanya’ya kadar Avrupa coğrafyasının hemen her yerinde, İslam ve Müslümanlarla ilgili mevzuların ve tartışmaların özünü şu 3 unsurun teşkil ettiği görülmektedir (Hafez ve Bayraklı, 2017):

- Terör saldırıları,
- Sığınmacı krizi ve
- Politik söylemlerde İslamofobinin kullanılmasındaki artış.

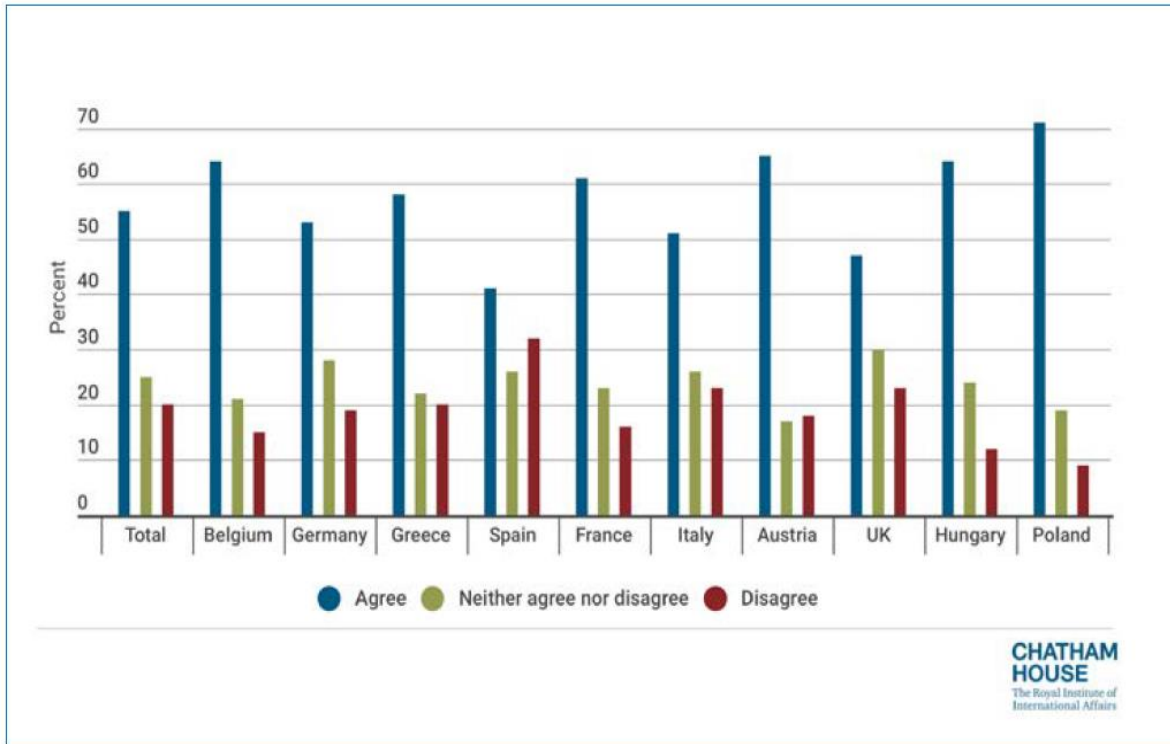
Bu ülkelerde yaşayan insanlar, kendi ülkelerinde yaşayan Müslümanların yaşanan terör saldırıları hiçbir alakaları olmadığını açık bir şekilde bilmektedirler. Bunlara rağmen, “Avrupa’nın İslamlaşması” söyleminin bu ülkelerde çok sayıda üst düzey politikacı tarafından sıklıkla ve sürekli vurgulanıyor olması, İslam ve Müslüman karşıtlığını canlandırıcı ve körükleyici bir katalizör görevi yerine getirmektedir. Bu hususta çok çarpıcı bir örnek

Avusturya'dan verilebilir: Avusturya Dışişleri Bakanlığı'nın bir raporunda, Müslümanlara ait anaokullarında dini aşırılığın görüldüğü ifade edilmiştir. Oysa okullarda yapılanlar dua etmekle ve Kur'an-ı Kerim öğretmekten ibarettir. Zaten, Viyana Valiliği bu hususta yaptığı açıklamada ise Müslümanlara ait anaokullarında aşırıcılığın olduğu yönündeki iddialar yalanlanmıştır.

Benzeri İslamofobik kurumsal baskılar İrlanda'da gözlemlenebilmektedir. Katolik Hristiyanlığın egemen olduğu, sözüm ona "eşitlikçi" İrlanda'da, bazı inanç grubundan bireylerin okullara kayıtları yapılmamaktadır. Hatta bunun da ötesinde, başörtülü Müslüman öğrencilere yönelik olarak kurumsal dışlayıcılık yapılmaktadır (Hafez ve Bayraklı, 2017).

2016 yılında, Avrupa'nın birçok ülkesinde yapılan araştırmaların sonuçları da, İslamofobinin günümüz Avrupa'sındaki durumuna dair son derece çarpıcı sonular ortaya koymaktadır. Chatham House Europe Programme kapsamında gerçekleştirilen çalışmada, araştırmanın yapıldığı 10 ülkeden 8'inin vatandaşları, Müslüman ülkelere gelebilecek göçlere karşı olduklarını beyan etmişlerdir (Chatham House 2017).

Tablo 1: Avrupalılar'ın Müslüman Göçüne Dair Düşünceleri



Kaynak: Chatham House (2017) & Bayraklı ve Hafez (2017).

Detayları yukarıdaki figürde de görüldüğü gibi (Tablo 1), söz konusu çalışma, adı geçen kuruluş tarafından Belçika, Almanya, Yunanistan, İspanya, Fransa, İtalya, Avusturya, İngiltere, Macaristan ve Polonya’da yapılmıştır. Bu araştırmada, “Bundan sonra, çoğunlukla Müslüman ülkelerden gelebilecek göçler durdurulmalıdır” şeklindeki düşüncüyü en çok destekleyen ülkeler arasında Polonya, Avusturya, Belçika ve Fransa başı çekmektedir (Bayraklı ve Hafez, 2017: 6-7).

Tablo 2: Demografik Değişkenlere göre Avrupalılar’ın Müslüman Göçüne Dair Düşünceleri

	Total Agree	Neither	Total Disagree
	54.60%	25.30%	20.10%
GENDER			
Male	57	24	19
Female	52	27	21
AGE			
Young Age 18-29	44	29	27
Middle Age 30-44	50	28	22
Mid/Older Age 45-59	56	26	18
Old Age 60 plus	63	20	17
EDUCATION			
Secondary and Below	59	26	15
Post-Secondary	55	25	20
UG & PG Degree	48	24	27
GEOGRAPHICAL LOCATION			
Live Rural	58	25	17
Live Small Town	55	25	20
Live City	52	26	23

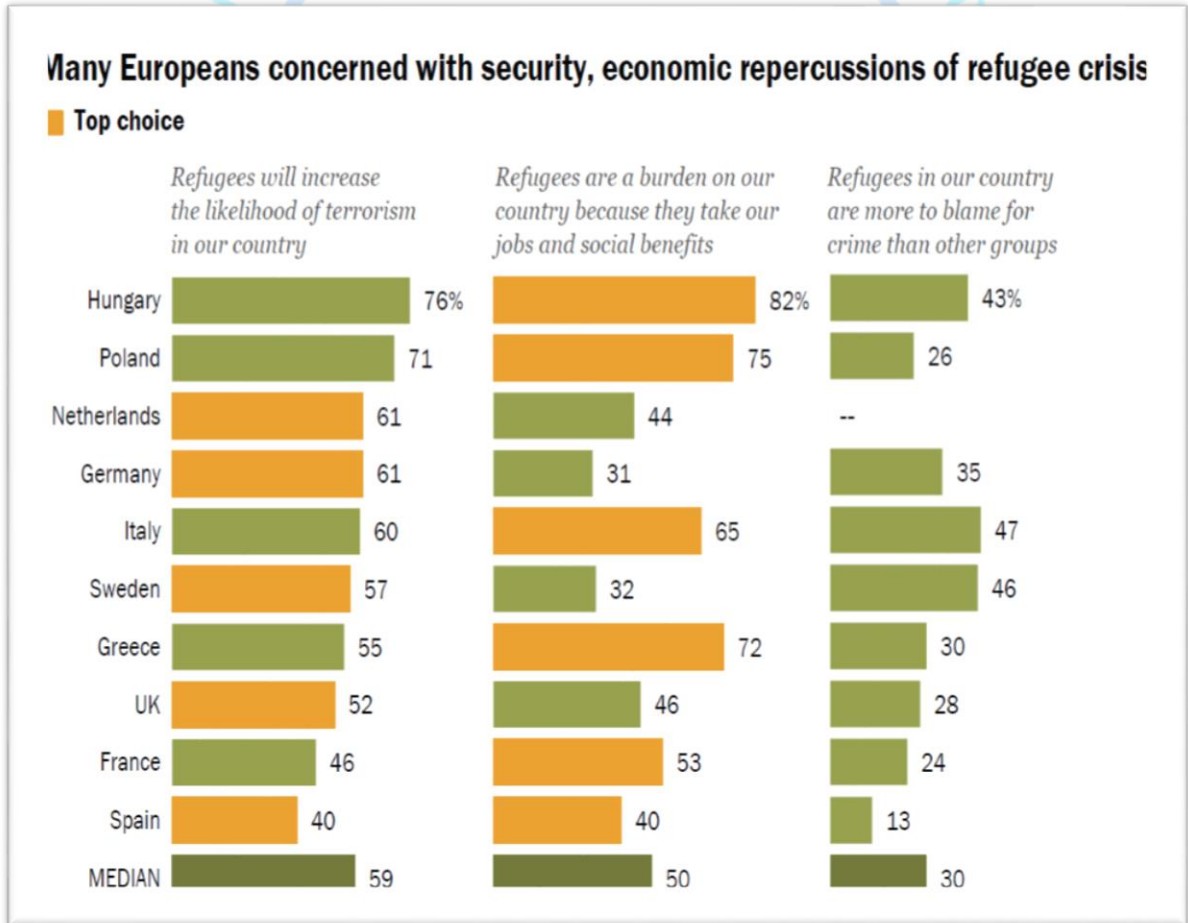
Kaynak: Chatham House (2017)

Bu ülkedeki bireylerin en az yüzde 38’i ise Müslüman ülkelerden gelebilecek göçe şiddetle karşı çıkmaktadırlar. Müslüman göçü karşıtlığının yaşlılar ve emekliler arasında daha yaygın olması ise apayrı dikkat çekici bir husustur. Yine aynı şekilde, şehirden kırsaldaki küçük yerleşim alanlarına doğru gidildikçe, Müslüman karşıtlığında da bir artış göze çarpmaktadır (Tablo 2). Polonya haricinde bu ülkelerin bir şekilde göçmen krizi ile ilişkisi olan ya da son yıllarda ülkesinde terörist saldırıların vuku bulduğu ülkeler olması dikkat çekicidir.

Halihazırdaki hayatından memnun olmayanların da üçte ikiye yakını Müslüman göçüne karşı bir tavır takınmaktadır (Chatham House, 2017).

Pew Research Center tarafından gerçekleştirilen araştırmanın bulguları da Chatham House'un bulguları ile benzer bir görünüm sergilemektedir. Pew Research Center'ın yaptığı araştırmada dikkat çeken bir başka husus ise Avrupalılar'ın, göç dalgasının terörü arttırıp iş imkânlarını azaltacağı korkusudur. Tablo 3'te de görüldüğü gibi Avrupalılar'ın genelinde bireylerin yaklaşık yüzde 60'ı, göç dalgasının Avrupa'da terörü körükleyeceğini düşünmektedir. Yüzde 50'si ise işsizliği ve sosyal güvenlik harcamalarını arttıracığı için Müslüman göçüne karşı çıkmaktadır (Pew Research Center, 2016).

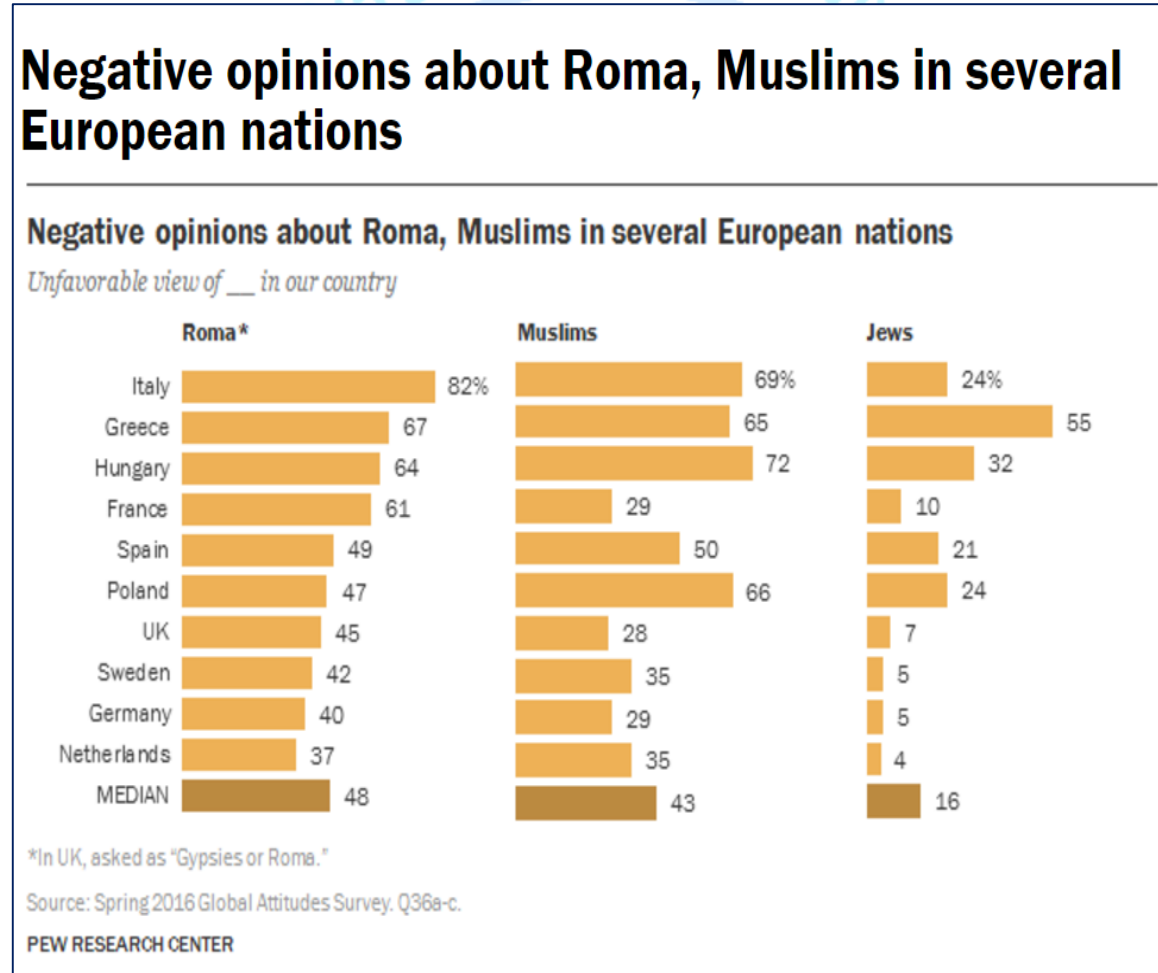
Tablo 3: Avrupalılar, Göç Dalgasının Terörü Arttırıp İş İmkânlarını Azaltacağından Korkuyor



Kaynak: Pew Research Center (2016).

Pew Research Center'in araştırmasının bulguları, günümüz Avrupa'sındaki yabancı karşıtlığına ve özellikle de Müslüman karşıtlığını açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Tablo 4'te de görüldüğü gibi 10 Avrupa ülkesinin vatandaşlarının yüzde 43'e yakını Müslümanlar ve yüzde 48'e yakını da Romanlar hakkında olumsuz bir algı ve tutuma sahiptir. Müslümanlara yönelik olumsuz bir tutum ve algıya sahip olanlar arasında ise Macarlar'ın başı çekiyor olması dikkat çekicidir. Macarlar'ı İtalyanlar, Polonyalılar ve Yunanlılar takip etmektedir (Pew Research Center, 2016).

Tablo 4: Avrupalıların Romanlar, Müslümanlar ve Yahudiler Olumsuz Tutumları

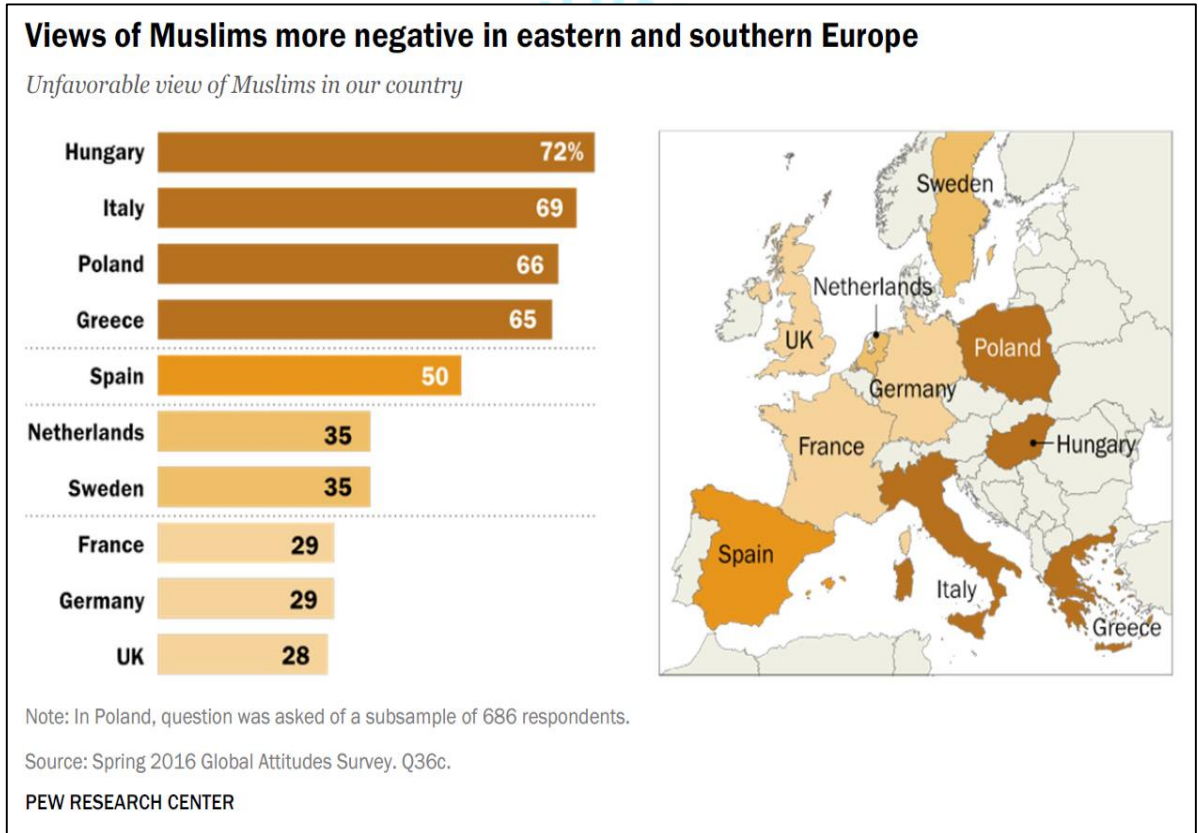


Kaynak: Pew Research Center (2016).

İslamofobinin, günümüz modern-demokratik dünyasının beşiği varsayılan Avrupa'daki izlerini biraz daha sürmeye devam ettiğimizde çok daha dikkat çekici bulgularla karşılaşılır.

Tablo 5'te de görüldüğü gibi, Avrupa'da İslam karşıtlığı yarışında başı çeken Macaristan'ın vatandaşlarının neredeyse dörtte üçü Müslümanlar hakkında olumsuz kanaat ve görüşler beslemektedir. Müslümanlara karşı olumlu kanaat ve hisler beslemeyen İtalyanlar'ın oranı da yüzde 70'e yaklaşır. Aynı şekilde Yunanlılar ve Polonyalıların da yaklaşık üçte ikisi Müslümanlara karşı olumsuz duygu, düşünce, algı, tutum ve kanaate sahiptirler.

Tablo 5: Avrupa'da İslamofobi Haritası



Kaynak: Pew Research Center (2016).

İşin kötü tarafı ise bu ülkelerdeki radikal sağ partiler ve politikacılar, vatandaşlarının bu İslam karşıtlığı ve hatta düşmanlığını, seçim sandıklarında oya dönüştürme yarışı içine girmiş olmasıdır. Bu durumun toplumsal ve siyasal yansımaları, günümüzde Hollanda ve Almanya örneğinde olduğu gibi, açıkça gözlemlenmeye başlamıştır. Bu çirkin yarış, mevcut olan İslamofobik algı ve tutumları daha da artmasına sebebiyet verecek türden son derece tehlikeli ve gayri ahlaki bir durumdur.

2. MEDYA VE İSLAMOFOBİ

Batı dünyasında ve özellikle Avrupa’da, İslam’a ve Müslümanlara yönelik olarak takınılan olumsuz algı, düşünce, tutum ve davranışların yaratılmasında ve yaygınlaştırılmasında en büyük rolü medya oynamaktadır. Avrupa medyasının çok büyük bir çoğunluğunda, Avrupa değerleri ve Avrupalı kimliği, Hristiyanlık üzerine inşa edilmektedir. Böylece kendi “Biz” olgusunu Hristiyanlık üzerine bina ederken; bunun karşısına koyduğu “Öteki’yi” İslam üzerinde şekillendirmektedir. Bu bağlamda iş daha da genelleştirilerek, “Doğu-Batı İkilemine” (Durukan, 2005) dönüştürülmektedir. Batı ve Batılı kimliği ile değerleri Hristiyanlıkta şekillendirilirken; bunun karşısına koydukları Doğu ve Doğulu değerleri İslam ile sembolize edilmektedir. Onlara kendileri iyi, ötekiler kötü; kendileri Batı, ötekiler Doğu’dur.

Aslında bu anlayışın ve ikili tasnifin temelleri köklerini tarihin derinliklerinden alır. Öyle ki, Düşünsel temelleri çok eskilere dayanan Avrupa Birliği (AB)’nin kurulmasında bile bu İslamofobik izlere rastlanır. İlk somut adımların, 1951 Paris Antlaşması ile atıldığı Avrupa Birliği (AB)’nin kurulmasının da fikri temelleri çok eski olup, yüzyılların idealine dayanır (Arslan, 2007). Bu birliğin inşaatının çimentosunu, kendi “Bizleri” teşkil ederken; kendi “Bizlerinin” temelini de yine Hristiyanlık dininin öğretisi ve değerleri oluşturur. Türkiye’nin, bu birliğe üyeliğine dair ciddi tartışmaların yaşandığı dönemlerde geniş halk kitlelerinin bilinçaltına işlemiş bu algı ve özellikle elitlerin dillerinin altında yatan bu bakla, kolaylıkla gözlemlenir hale gelir.

Bu biz ve öteki olgu ve algılarının sürekli ve canlı tutulmasında da başrolü yine yazılı, görsel, görsel-işitsel ve sanal kitle iletişim araçları oynar. Avrupa medyasında sıklıkla ve düzenli olarak tekrarlanan Hristiyanlığa karşı Müslümanlık, Hristiyan aydınlanmacılığının karşısında sözde “Müslüman gericiliği”, Batı karşısında Doğu vurgulamalarından çok sayıda insan etkilenmektedir. Bu İslamofobik eğilimler, kimi zaman bir karikatüristin kaleminden peygamberimize dair kin ve nefret kusan bir karikatür olarak; kimi zaman bir yazarın kaleminden bir köşe yazısı; kimi zaman da sinemada ve televizyonda film sahneleri olarak dökülür. Fakat bu İslam ve Müslüman karşıtlığı çoğunlukla, gazetecilerin deklanşöründen gazetelere ya da televizyon editörlerin süzgecinden ekranlara haber olarak yansır.

Dünyanın farklı yerlerinde meydana gelen terör olayların, medyadan neredeyse bütün Müslümanları zan altında bırakacak bir sunumla yer verilmesi de, son yıllarda İslamofobinin artmasında önemli rol oynamıştır. Örneğin, 7 Temmuz 2005’de Londra’da meydana gelen ve

El-Kaide ile ilişkilendirilen saldırılar, 11 Mart 2004’de Madrid’de, 15 ve 20 Kasım 2003’te İstanbul ve 11 Eylül 2001’de Amerika Birleşik Devletleri’nde New-York’ta Dünya Ticaret Merkezi’ne yapılan terör saldırıların, İslam dini ve Müslümanlarla ilişkilendirilerek yayınlanması Avrupa’da ve Amerika’da, İslam düşmanlığı ve İslam korkusunun yükselmesinde önemli rol oynamıştır (Çöteli, 2012).

Medyanın İslam’a ve Müslümanlara karşı nefret ve korkuyu yaygınlaştırma ve pekiştirme aracı olarak kullanılması bunlarla da sınırlı kalmamaktadır. Günümüzde artık internet moderatörleri ve sıradan halk bile bu korku ve nefreti canlı ve etkili kılmak için, internet ve sanal medyayı yaygın bir şekilde kullanmaya başlamıştır. Örneğin Çek Cumhuriyeti’nde, İslamofobik algı ve eğilimlerin oluşmasında ve Müslümanlara yönelik ön yargıların yayılmasında internetin başlıca rol oynadığı görülmektedir. Yine Litvanya gibi İslamofobinin en az görüldüğü ülkelerde bile artık internet, İslamofobik yaklaşımların doğmasına ve yayılmasına en büyük zemini hazırlamaktadır (Hafez ve Bayraklı, 2017).

Medyanın bu karşı konulması çok zor gücü ve desteği sayesinde günümüzde, ayrımcılık ve ırkçılıkta beslenen Avrupa’nın aşırı sağ siyaset anlayışı, siyasal ve toplumsal hayatta ciddi oranda etkisini ve gücünü arttırmaya başlamıştır. Hal böyle olunca, batıda yükselen İslamofobi dalgasının bertaraf edebilmek için işte tam da bu noktadan yani Avrupa’daki ırkçılıkla mücadele konusundan işe başlanmalıdır. İktidar ve siyasi gelecek kaygısını her şeyin temelinde koyan, sözüm ona demokrat kimliklerini her fırsatta vurgulama ihtiyacı duyan siyasiler de, yaptıkları en küçük bir İslamofobik vurgunun bile geniş halk kitlelerinin dimağlarında, İslam’a ve Müslümanlara karşı düşmanlık tohumlarını besleyip geliştirdiğinin ayırında olmalıdırlar. İslamofobiyi suç saymayan yöneticiler de, yaşanan her olayın vebali altında ezilmeye mahkûmdurlar. Özellikle kanaat önderlerinin ve sivil toplum kuruluşların bu süreçte önemli rol oynadığı gerçeği de gözden ırak tutulmamalıdır.

3. İSLAM KARŞITLIĞININ TÜRKİYE’DE TOPLUMSAL VE SİYASAL HAYATA YANSIMALARI VE 28 ŞUBAT SÜRECİ

Nüfusunun yüzde 99’una yakını Müslüman bireylerin oluşturduğu güzide vatanımız Türkiye’de bile, İslamofobinin en acımasız ve umarsız örneklerini görmek mümkündür. Bunun en yakın ve çarpıcı örneklerini 1990’lı yıllarda yaşadık. Yirminci yüzyılın sonlarına doğru ülkemizde, devrin iktidar seçkinleri (o dönemin siyasi elitleri, ekonomi elitleri, askeri elitleri

ve özellikle de medya elitleri) öncülüğünde, İslam'a karşı her türlü kara propagandanın en insafsızca yaşandığı karanlık bir süreç yaşadık. Yüce dinimiz İslam'a ve inancının gereklerini yaşamak çabası içinde olan Müslüman bireylere karşı, Üstat rahmetli Necip Fazıl'ın Sakarya Türküsündeki "Öz yurdunda garipsin, öz vatanında parya!" dizelerini hatırlatırcasına, kendi öz yurdunda, tarihte eşine az rastlanır bir zulüm ve zorbalık sergilendi. Oysa insanlarımızın, inancını özgürce ifade etmek ve yaşamaktan başka bir isteği yoktu. Yeri gelmişken Üstadın dizelerinin de bir hatırlamak fayda olacaktır. Zira bu vatan ve millet sevgisi kokan dizeler, öyle güzel özetliyor ki 1990'lı yılların Türkiye'sinde yaşananları:

SAKARYA TÜRKÜSÜ

İnsan bu, su misali, kıvrım kıvrım akar ya;
Bir yanda akan benim, öbür yanda Sakarya.
Su iner yokuşlardan, hep basamak basamak;
Benimse alın yazım, yokuşlarda susamak.
Her şey akar, su, tarih, yıldız, insan ve fikir;
Oluklar çift; birinden nur akar; birinden kir.
Akışta demetlenmiş, büyük, küçük, kâinat;
Şu çıkan buluta bak, bu inen suya inat!
Fakat Sakarya başka, yokuş mu çıkıyor ne,
Kurşundan bir yük binmiş, köpükten gövdesine;
Çatlıyor, yırtınıyor yokuşu sökmek için.
Hey Sakarya, kim demiş suya vurulmaz perçin?
Rabbim isterse, sular büklüm büklüm burulur,
Sırtına Sakarya'nın, Türk tarihi vurulur.
Eyvah, eyvah, Sakarya'm, sana mı düştü bu yük?
Bu dâva hor, bu dâva öksüz, bu dâva büyük!..

Ne ağır imtihandır, başındaki, Sakarya!
Binbir başlı kartalı nasıl taşır kanarya?

İnsandır sanıyordum mukaddes yüke hamal.
Hamallık ki, sonunda, ne rütbe var, ne de mal,
Yalnız acı bir lokma, zehirle pişmiş aştan;
Ve ayrılık, anneden, vatandan, arkadaştan.

Şimdi dövün Sakarya, dövünmek vakti bu ân;
Kehkeşanlara kaçmış eski güneşleri an!
Hani Yunus Emre ki, kıyında geziyordu;
Hani ardına çil çil kubbeler serpen ordu?
Nerede kardeşlerin, cömert Nil, yeşil Tuna;
Giden şanlı akıncı, ne gün döner yurduna?
Mermerlerin nabzında hâlâ çarpar mı tekbir?
Bulur mu deli rüzgâr o sedayı: Allah bir!
Bütün bunlar sendedir, bu girift bilmeceler;
Sakarya, kandillere katran döktü geceler.

Vicdan azabına eş, kayna kayna Sakarya,
Öz yurdunda garipsin, öz vatanında parya!

İnsan üç beş damla kan, ırmak üç beş damla su;
Bir hayata çattık ki, hayata kurmuş puslu.
Geldi ölümlü yalan, gitti ölümsüz gerçek;
Siz, hayat süren leşler, sizi kim diriltecek?
Kafdağı'nı assalar, belki çeker de bir kıl!
Bu ifritten sualin, kılını çekmez akıl!
Sakarya; sâf çocuğu, mâsum Anadolu'nun,
Divanesi ikimiz kaldık Allah yolunun!
Sen ve ben, gözyaşıyla ıslanmış hamurdanız;
Rengimize baksınlar, kandan ve çamurdanız!
Akrebin kısıkcında yoğurmuş bizi kader;
Aldırma, böyle gelmiş, bu dünya böyle gider!
Bana kefendir yatak, sana tabuttur havuz;
Sen kıvrıl, ben gideyim, Son Peygamber Kılavuz!

Yol onun, varlık onun, gerisi hep angarya;
Yüzüstü çok süründün, ayağa kalk, Sakarya!..

[Necip Fazıl KISAKÜREK](#)



SAKARYA TÜRKÜSÜ

İnsan bu, su misali, kıvrım kıvrım akar ya;
Bir yanda akan benim, öbür yanda Sakarya.
Su iner yokuşlardan, hep basamak basamak;
Benimse alın yazım, yokuşlarda susamak.
Her şey akar, su, tarih, yıldız, insan ve fikir;
Oluklar çift; birinden nur akar; birinden kir.
Akışta demetlenmiş, büyük, küçük, kâinat;
Şu çıkan buluta bak, bu inen suya inat!
Fakat Sakarya başka, yokuş mu çıkıyor ne,
Kuşundan bir yük binmiş, köpükten gövdesine;
Çatlıyor, yırtıyor yokuşu sökmek için.
Hey Sakarya, kim demiş suya vurulmaz perçin?
Rabbim isterse, sular büküm büküm burulur,
Sırtına Sakaryanın, Türk tarihi vurulur.
Eyvah, eyvah, Sakaryam, sana mı düştü bu yük?
Bu dava hor, bu dava öksüz, bu dava büyüklü..

Ne ağır imtihandır, başındaki, Sakarya!
Binbir başlı kartalı nasıl taşır kanarya?

İnsandır sanyordum mukaddes yüke hamal.
Hamallık ki, sonunda, ne rütbe var, ne de mal,
Yalnız acı bir lokma, zehirle pişmiş aştan;
Ve ayrılık, anneden, vatandan, arkadaştan.
Şimdi dövün Sakarya, dövünmek vakti bu an;
Kehkeşanlara kaçmış eski güneşleri an!
Hani Yunus Emre ki, kıyında geziyordu;
Hani ardına çil çil kubbelere serpen ordu?
Nerede kardeşlerin, cömert Nil, yeşil Tuna;
Giden şanlı akıncı, ne gün döner yurduna?
Mermerlerin nabzında hâlâ çarpar mı tekbir?
Bulur mu deli rüzgâr o seday: Allah bir!
Bütün bunlar sendedir, bu girift bilmecele;
Sakarya, kandillere katran döktü geceler.

Vicdan azabına eş, kayna kayna Sakarya,
Öz yurdunda garipsin, öz vatanında parya!

İnsan üç beş damla kan, ırnak üç beş damla su;
Bir hayata çattık ki, hayata kurmuş pusu.
Geldi ölümlü yalan, gitti ölümsüz gerçek;
Siz, hayat süren leşler, sizi kim dirilecek?
Kafdağın assalar, belki çeker de bir kil!
Bu ifritten sualin, kilini çekmez akıl!
Sakarya; saf çocuğu, mâsum Anadolu'nun,
Divanesi ikimiz kaldık Allah yolunun!
Sen ve ben, gözyaşıyla ıslanmış hamurdanız;
Rengimize baksınlar, kandan ve çamurdanız!
Akrebın kışkacında yoğunmuş bizi kader;
Aldırma, böyle gelmiş, bu dünya böyle gider!
Bana kefendir yatak, sana tabuttur havuz;
Sen kıvrıl, ben gideyim, Son Peygamber Kılavuz!

Yol onun, varlık onun, gerisi hep angarya;
Yüzüstü çok süründün, ayağa kalk, Sakarya!..

28 Şubat Süreci adıyla yakın toplumsal-siyasal tarihimize damgasını vuran elim olaylar zincirinde, Millet ve toplum olarak İslamofobiyi, yani İslam karşıtlığını ve Müslüman düşmanlığını iliklerimize kadar hissederek yaşadık. Bu süreçte de başrolü hep, medya özellikle de “ulusal medya” diye adlandırılan malum medya oynadı. Böylesi türden kitle iletişim araçlarının, toplumu yoğun propaganda bombardımanına tuttuğu bu süreçte, akla-kara seçilmez hale gelmişti. Haçlı zihniyeti artıkları, küresel ortakları ile birlikte elbirliğiyle, neredeyse “Müslümanları Anadolu’dan silmek” yarışına girmişçesine, İslam’ın kalesine dört bir koldan saldırdılar. İslam düşmanlığını kendisine şiar edinmiş malum medya, geniş halk kitlelerini ağır bir dezenformasyon sağanağına maruz bıraktı. Bu yapılan zorbalık ve zulüm öylesine ustaca taktik ve yöntemlerle gerçekleştirildi ki; geniş halk kitleleri ve bazı saf dilli akademisyenler neredeyse bu yapılanların, “tehdit altındaki Cumhuriyetin savunma refleksi” olduğuna inanma noktasına getirildi. Ancak, yalan ve karalamaya dayalı zulüm kampanyası fazla uzun sürmedi. Halkın tabiriyle “takke düşüp kel göründü”. Medyanın borazanlığını yaptığı toz duman durulmaya başlayınca gerçekler seçilmeye başladı.

Peki, 28 Şubat süreci demokratik bir savunma refleksi miydi? Konuyu tahlile başlamadan önce, peşin peşin ve üzerine basarak belirtmek de fayda var: Hayır, 28 Şubat süreci demokratik bir savunma refleksi değildir. Yaşanan ve ortaya çıkan gerçekler bu sürecin, devletin derinliklerine çöreklenmiş olduğu düşünülen kirliliği eli bir elit grubu tarafından inşa edilmiş olduğunu göstermektedir.

Zira sıklıkla ifade edildiği gibi, genelde elitler (Arslan, 2014) ve özelde de siyasi elitler toplum ve bireyler açısından hayati önem arz eden konuları işgal edip; toplum hayatı açısından belirleyici kararları alınmasında söz sahibi durumdadırlar. Sahip oldukları ya da kontrol ettikleri sosyal, ekonomik, siyasal ve medyanın manipülasyon gücünü de kullanarak toplumun bugününü ve yarınlarını şekillendirebilme ayrıcalığına sahiptirler. Öyle ki sahip oldukları bu güç sayesinde gerçekleri tahrif edebilme becerisine; yalnız geniş halk kitlelerine değil, analitik araştırma yapabilme becerisi olduğunu kabul ettiğimiz araştırmacılara bile olup bitenleri olduğundan farklı gösterebilme gücüne ve yaptıkları totaliter uygulamaları demokratik olarak algılayabilme yetisine sahiptirler.

Bunun en çarpıcı örneğini yakın siyasi tarihimizde yaşanan 28 Şubat sürecinde görürüz (Arslan, 2012-a: 120-122). O dönemde yapılan her türlü totaliter uygulamalar ve siyaset üzerinden gerçekleştirilen despotik operasyonlar; hâkim elitist güçlerin güdümündeki akademik camianın ve medyanın da etkisiyle, objektif bilgiler üretme çabasında olan araştırmacılara bile, “demokratik bir savunma refleksi” şeklinde algılatılabildi.

Oysa günümüzde ortaya çıkan gerçekler, 28 Şubat sürecinin demokratik bir süreç olmadığı gibi, ülkede demokrasinin gelişmesini de sekteye uğratacak anti demokratik uygulamaların odağı olduğunu açıkça gözler önüne sermektedir. Demokrasi havariliği ve laiklik borazanlığı yapan bazı güç odakları, halkın iradesi ile seçilmiş olan siyasi elitleri halk gözünde itibarsızlaştırıp, onları demokrasi ve rejim karşıtı olarak göstermeyi başarmışlar bu sayede de kendi operasyonlarına zemin hazırlamışlardır.

Arkalarına medyanın yanı sıra birtakım bilim, yargı ve ekonomi elitleri ile askeri elitlerin de desteğini alarak, Türk siyasi hayatının ana damarlarından birini oluşturan muhafazakâr sağ siyaset geleneğinin lideri olarak tarihe geçmiş bir siyasi lideri ve O'nun ekibindeki siyasi elitleri kitlelere, sözüm ona “Fundamentalist İslamcı, köktendinci ve şeriat yanlısı” şeklinde göstermeye çalıştılar. Medyada yoğun bir bilgi kirliliği ve hileli yönlendirme hâkim oldu. Bunlar, provokasyonlarla da desteklenerek, süreç hızlandırıldı.

28 Şubat Süreci'nde devrin iktidar seçkinleri, öteki bazı elit grupları ile de etkin bir işbirliği yaparak uygun toplumsal şartları ve iklimi oluşturup, toplumsal psikolojiyi siyasete müdahaleye hazır hale getirdiler. Sonra da, hayatı ve verdiği siyasi mücadelelerle Türk siyasi hayatına mal olmuş bir siyaset duayeni ve devlet adamı olan Prof. Dr. Necmettin Erbakan'ın başkanlığında kurulmuş olan “Refah-Yol” Hükümetini, anti demokratik uygulamalarla iktidardan düşürmeyi başardılar. Bununla da yetinilmeyip Refah Partisi ve bu partinin temsil ettiği geleneğin, 1960'lı yıllardan beridir her türlü engellemeler ve yasaklamalara rağmen verdiği sabırlı, onurlu ve meşakkatli mücadeleler neticesinde elde edilen iktidar olma hakkı, baskı, dayatma, zorbalık ve siyasi entrikalarla elinden alındı.

Ömrü siyasi mücadelelerle geçmiş olan Necmettin Erbakan'ın, 1960'lı yılların sonlarından itibaren ülke siyasi ve toplumsal hayatında yer almaya başlayan Prof. Dr. Necmettin Erbakan (Arslan, 2012-b: 589-590) ve liderliğini yaptığı siyasi gelenek, takip eden süreçte Türkiye'nin siyasi yapısının temel yapı taşlarından biri haline dönüşmüştür. Türk siyasi hayatında ismi sabır ve mücadele kavramları ile birlikte yad edilmesi gereken Erbakan, siyasi hayattaki belki de asıl başarılarını, üzerinde baskıların daha da yoğunlaşmaya başladığı 12 Eylül darbesi sonrası süreçte gerçekleştirmiştir. Türk siyasi hayatının ana damarlarından birini oluşturan “Milli Görüş Hareketi'ni” yalnızca Türk siyasi tarihine değil, dünya siyasi tarihine yazdırmayı başarmış bir efsanevi lider Necmettin Erbakan'ın önem ve değeri, şu gerçekler hatırlandığında daha bir netlik kazanır: Üçüncü bin yılda Türkiye'nin siyasi ve toplumsal hayatını şekillendirme görevini üstlenen siyasi elitler grubu, bu hareketin içinden yetişmiş olup, Erbakan Hoca'nın talebesidirler.

Bir dahi bir mühendis olduğu birçok çevrelerce kabul gören Prof. Dr. Necmettin Erbakan, Türkiye'de farklı dönemlerde başbakan yardımcılığı görevlerini üstlenmiştir. Bunun da ötesinde, icra makamının en üst seviyesi durumundaki başbakanlık görevini de icra etmiştir. Yani yürütme erkinin başı olarak da ülkemize hizmet etmiştir. Daha da fazlası, yetiştirdiği öğrenciler arasından, 21. yüz yılda Türk ve dünya siyasi hayatına yön veren önemli siyasi liderler çıkmıştır.

Erbakan Hoca'nın temsil ettiği geleneğin bünyesinde çıkmış, “yenilikçi kanat” olarak adlandırılan siyasi elit grubu, ilerleyen süreçte bir siyasi liderler topluluğuna dönüşmüştür. Bu kadronun kurduğu Adalet ve Kalkınma Partisi, beş parlamento döneminden beridir, artan bir başarı trendi sergileyerek, Türk siyasi tarihinde eşine rastlanılmayan büyük başarılarla ve bir daha da kırılması çok zor rekorlara imza atmıştır. Söz konusu parti ve siyasi kadrosu, Üçüncü

Bin Yılda Türkiye'yi dünya birinci ligine taşıma ideali doğrultusunda önemli gelişmeler kaydetmişlerdir. Erbakan Hoca'nın öğrencileri arasından üç başbakan (Abdullah Gül, Recep Tayyip Erdoğan ve Binali Yıldırım), çok sayıda meclis başkanı ve iki Cumhurbaşkanı (Abdullah Gül ve Recep Tayyip Erdoğan) çıkmıştır.

Erbakan'ın liderliğini yaptığı siyasi hareketin, sadece 1980 ihtilali sonrası yerel seçimlerde gösterdiği performansa kısaca bir göz atmak bile, hareketin verdiği siyasi mücadeleyi ve ulaştığı başarıyı göstermeye yeter. 12 Eylül Askeri Darbesi ile Necmettin Erbakan'ın partisi kapatılmış, kendisine ve ekibine de siyasi yasaklar getirilmiştir. Darbe sonrası dönemde siyasi mücadeleye, tabiri caizse, sıfırdan yeniden başlayan Erbakan, yılların birikimi ve tecrübesiyle, usta siyaset ve devlet adamlığını yeniden konuşturmuştur.

Partisi Refah Partisi'nin darbe sonrası ilk yerel seçimlerde yüzde 5'i bile bulmayan oy oranını, müteakip seçimlerde katlayarak arttırmayı başarmıştır. Daha net bir ifadeyle RP'nin Türkiye geneli il genel meclisi seçimlerinde 1984'teki oy oranı yüzde 4,4 civarında iken, 1989 seçimlerinde yüzde 9,8'i bulmuştur. 1999 yerel seçimlerinde ise RP kazandığı yüzde 19,14'lük seçmen desteği ile tabiri caizse neredeyse birinciliğe oynamıştır. İnanç, sabır ve mücadelenin ürünü olan bu muhteşem başarı, Erbakan'ın gelecekte genel seçimlerde de ulaşacağı başarının habercisi gibidir.

Nitekim 1995 genel seçimlerinde de beklenen başarı gerçekleşti: Erbakan Hoca ve ekibi, 24 Aralık 1995 genel seçimlerini, yüzde 21,38 oy oranı ve 158 milletvekilliği kazanarak birinci sırada tamamlayıp tarihi bir başarıya daha imza attı. Ne var ki demokrasi havariliği ve laiklik borazanlığı yapan medyanın ve öteki bazı güç odaklarının da desteğini arkasına alan 28 Şubat sürecinin mimarları, iftira ve eleştiri okları ile bütün oyunlarını Refah Partisi ve Necmettin Erbakan üzerine yoğunlaştırdılar. Özünde İslam korkusu ve Müslüman düşmanlığı yatan bu zorbalara, Erbakan Hoca'nın nezdinde yoğun bir İslamofobi kampanyası başlattılar.

Erbakan Hoca üzerine yöneltilen baskı ve zorbalığın dozu, zulüm sınırlarını bile aştı. Bütün bunların sonucunda da muhafazakâr sağ kanadın güçlü temsilcisi Refah Partisi kapatıldı. Bununla da yetinilmedi, başta Necmettin Erbakan olmak üzere partinin önde gelen siyasi elitlerine siyaset yasağı getirildi. Akla karanın bir birinden seçilemez hale geldiği bu kaos ve karmaşa ortamında, bütün bunların da demokrasi adına yapıldığı hususunda geniş halk kitlelerinin yanı sıra, bazı iyi niyetli ve safdilli araştırmacıları bile inandırmayı başardılar. Oysa daha önce de ifade edildiği gibi, ortalıktaki toz duman durulup, renkler seçilmeye başlanınca

hakikatlerin hiç de ultra demokrat ve demokrasi havarisi kesilen kesimlerin iddia ettiği gibi olmadığı gerçeği ile karşılaştıldı.



KAYNAKÇA

Arslan, D.A. ve Arslan, G. (2014). Çok Partili Dönem Tokat milletvekillerinin sosyolojik profilleri. *Karadeniz Araştırmaları (Balkan, Kafkas, Doğu Avrupa ve Anadolu İncelemeleri) Dergisi.* 43, 117-150.

Arslan, D. A. (2012-a). *Sosyoloji ve yöntem yazıları.* Ankara: Kalkan Matbaacılık.

Arslan, D.A. (2012-b). Mersin Milletvekilleri'nin sosyolojik profilleri. *International Journal of Human Sciences.* 9-2, 587-622.

Arslan, D. A. (2007). Üniversite gençliği (öğretmen adayları) Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üyeliğini istemiyor. *Akademik Bakış, İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Türk Dünyası Kırgızistan-Celalabat İşletme Fakültesi, Uluslararası Sosyal Bilimler E-Dergisi.* 13, 1–14.

Bayraklı, E. ve Hafez, F. (2017). *European Islamophobia report 2016.* İstanbul: SETA.

Chathamhouse (2017). What Do Europeans Think About Muslim Immigration? 25.3.2017, <https://www.chathamhouse.org/expert/comment/what-do-europeans-think-about-muslim-immigration%20>

Çötelli, S. (2012). Propaganda ve İslamofobi'nin İngiliz kitle iletişim araçlarından yansımaları. *Akademik Bakış, İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Türk Dünyası Kırgızistan-Celalabat İşletme Fakültesi, Uluslararası Sosyal Bilimler E-Dergisi.* 33, 1–17.

Demirkent, I. (1994). Haçlı Seferleri'nin doğuşu ve hedefleri. *Tarih Dergisi.* 35, 65-78.

DHA (2012). Kardinalleri İslam korkusu sardı. 16.10.2017, http://www.dha.com.tr/kardinalleri-islam-korkusu-sardi_376287.html

Durukan, K. (2005). *Doğu-Batı ikilemine dört bakış: Montesquieu, Fanon, Galeano, Said.* İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Dünyagündemi (2017). Katolik Kardinalin İslam korkusu. 25.3.2017, <http://www.dunyabulteni.net/haber/231338/katolik-kardinalin-islam-korkusu>

Hafez, F. ve Bayraklı, E. (2017). İslamofobi suç sayılmalı. 24.3.2017, <http://www.islamophobieurope.com/islamofobisucsayilmali/>

İsam (2017). Haçlı Seferleri. 25.3.2017, http://www.isam.org.tr/documents/_dosyalar/_pdfler/islam_arastirmalari_dergisi/sayi03/283_285.pdf

Pew Research Center (2017). Europeans fear wave of refugees will mean more terrorism, fewer jobs. 25.3.2017, <http://www.pewglobal.org/2016/07/11/europeans-fear-wave-of-refugees-will-mean-more-terrorism-fewer-jobs/>



Ziyaretçilerin Ekonomik, Sosyal-Kültürel Ve Çevresel Bakış Açısıyla Memnuniyetlerinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma: Beypazarı Örneği

Nihat DEMİRTAŞ⁶³

ÖZET

Ziyaretçilerin çeşitli beklentilerle bir alanı ziyaretleri ve elde ettikleri doyum turistik yatırımların devamlılığı açısından önemlidir. Turizm alanlarında ziyaretçi beklentilerinin karşılanma düzeylerinin ölçülmesi ve geri bildirimlerin tespit edilmesi olağan aksakların giderilmesi açısından dikkatle izlenmektedir. Yapılan bu çalışmada turistik ziyaret noktalarından biri olan Beypazarı İlçesini ziyaret eden turistlerin beklenti düzeylerinin ölçülmesi ve alanın ziyaretçilerin gözünde çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik açılarından değerlendirilmelerini incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmış ve ziyaretçilerin demografik özellikleri, alanda verilen hizmetlerden memnuniyet düzeylerini ölçebilmek için 1425 ziyaretçiye ulaşılarak anketler elde edilmiştir. Bu çalışma alan yazındaki çalışmalardan farklı bir bakış açısıyla bütüncül bir sonuca ulaşmak için ziyaretçilerin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açılarından değerlendirme yapmalarını istenmiştir. Bu araştırmada, anket sorularında yer alan değişkenlerin türü dikkate alınarak verilerin analizinden elde edilen sonuçlar nitel ve iki seçenekli sorular için frekanslar, yüzdeler, oranlar şeklinde verilmiş ve yanıtların düzeylere göre dağılımı belirlenmiştir. Likert ölçeğinden elde edilen veriler için ise ilave olarak ortalama ve standart sapmalar da hesaplanmıştır. Anket sorularında yer alan memnuniyet, tercih ve katılım oranlarına yönelik istatistiksel çıkarımlar ise oranlara ilişkin Z testi ile analizler yapılmış elde edilen sonuçlar yorumlanarak sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Ziyaretçi, Ekonomik, Sosyo-Kültürel ve Çevresel Etki, Beypazarı

⁶³ Dr. Öğr. Üyesi, İskenderun Teknik Üniversitesi, Hatay/Türkiye, E-posta: nihat.demirtas@iste.edu.tr

A Research On The Evaluation Of The Visitors' Satisfaction With Economic, Social-Cultural And Environmental View: Beypazari Sample

Abstract

Visits of visitors with various expectations and their satisfaction are important in terms of continuity of touristic investments. Measuring the level of meeting the expectations of visitors in tourism areas and determining the feedback are carefully monitored in terms of eliminating the usual deficiencies. In this study, it is aimed to measure the expectation levels of the tourists visiting Beypazari District, which is one of the tourist visiting points, and to examine the environmental, socio-cultural and economic evaluations of the area in the eyes of the visitors. In the study, survey technique was used as a data collection method and surveys were obtained by reaching 1425 visitors in order to measure demographic characteristics of the visitors and their satisfaction levels from the services provided in the field. In order to reach a holistic conclusion, the participants were asked to make an economic, socio-cultural and environmental assessment. In this research, the results obtained from the analysis of the data, taking into account the type of the variables included in the survey questions, were given in the form of frequencies, percentages, ratios for qualitative and two-option questions, and the distribution of responses by levels was determined. The mean and standard deviations were also calculated for the data obtained from the Likert scale. The statistical inferences regarding the satisfaction, preference and participation rates in the survey questions were analyzed with the Z test for the ratios and the results were presented by interpreting.

Key words: Visitor, Economic, Socio-Cultural and Environmental Impact, Beypazari.

GİRİŞ⁶⁴

Turizmin ekonomik kalkınma için gerekli olan döviz açıklarını kapatması, dış ödemeler bilançosunu aktif hale getirmesi ve istihdam gibi ekonomik katkılarının yanı sıra toplumların ve ülkelerin sosyal ve kültürel açıdan yakınlaşmalarına da katkı sağlamıştır. Bunun sonucu olarak da turizm olgusu günümüzde ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi fonksiyonlarıyla daha çekici hale gelmiştir (Berber ve Ünüvar, 2000: 312).

Sanayileşmenin getirdiği yoğun göç ve şehirleşme, üretimde insan etkeninin değer kazanması, teknolojiye bağlı olarak artan iş temposu ile birlikte insan ilişkilerinde yaşanan yabancılaşma, yoğun rekabet yaşanmasına neden olmaktadır. Bu ortamlarda insanlar, zaman içerisinde bedensel ve zihinsel gerginlikler yaşayabilmekte, kendilerini baskı altında hissedebilmektedirler. Yaşanan olumsuz koşullar, insanları şehirlerin yorucu ortamından kaçmaya, hafta sonları, doğayla iç içe olabilecekleri yakın mesafelere ziyaretlere yöneltmeye başlamıştır. İşletmeler de verimliliklerini artırmak amacıyla, çalışanlarını kısa süreli tatillerle desteklemeye başlamıştır. Bu nedenlerle şehirlere yakın, kısa süreli de olsa tatillerini geçirebilecekleri turizme açık olan bölgeler giderek daha fazla önem kazanmış, hatta bu pazar, büyük şehirlere yakın olan bölgeler arasında da bir rekabet alanı haline gelmiştir (Çalık, 2014: 5).

Yöreye gelen ziyaretçilerin tatillerinden memnun olup olmadıkları ve yöreye tekrar gelmek isteyip istemediklerinin bilinmesi gerekir. Ziyaretçiler tatil, dinlenme, eğlenme, alışveriş, sağlık, keşif gibi bir takım motivasyonlarla turistik alanları ziyaret etmektedir. Ziyaretçiler ile yerel halk arasındaki ilişki noktası potansiyel olarak ziyaret deneyiminin en önemli kısmını teşkil etmektedir (Avcıkurt, 2007: 81).

Bir bölgenin turizm sektörü için kullandığı değerlerinin esas yapısını bozmadan, bu değerleri geliştirerek sürdürülebilirliğini sağlanması için turizmin olumsuz etkilerini en alt seviyede tutmak ve turizm için kabul edilebilirlik ortamı gerekmektedir. Bu ortam için bölgede yaşayan yerel halkın ve bölgeye gelen ziyaretçilerin çatışma yaşamaması, yerel halkın turizmi kabul etmesi önemli hale gelmektedir. Aksi durumda turizmin sürdürülebilirliği tehlike altına girebilecektir (Çalık, 2014:5).

⁶⁴ Araştırma, 2017 yılında Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Çevre Bilimleri Anabilim Dalında tamamlanan doktora tezinden üretilmiştir.

1. ARAŞTIRMA ALANINA AİT ÖZELLİKLER

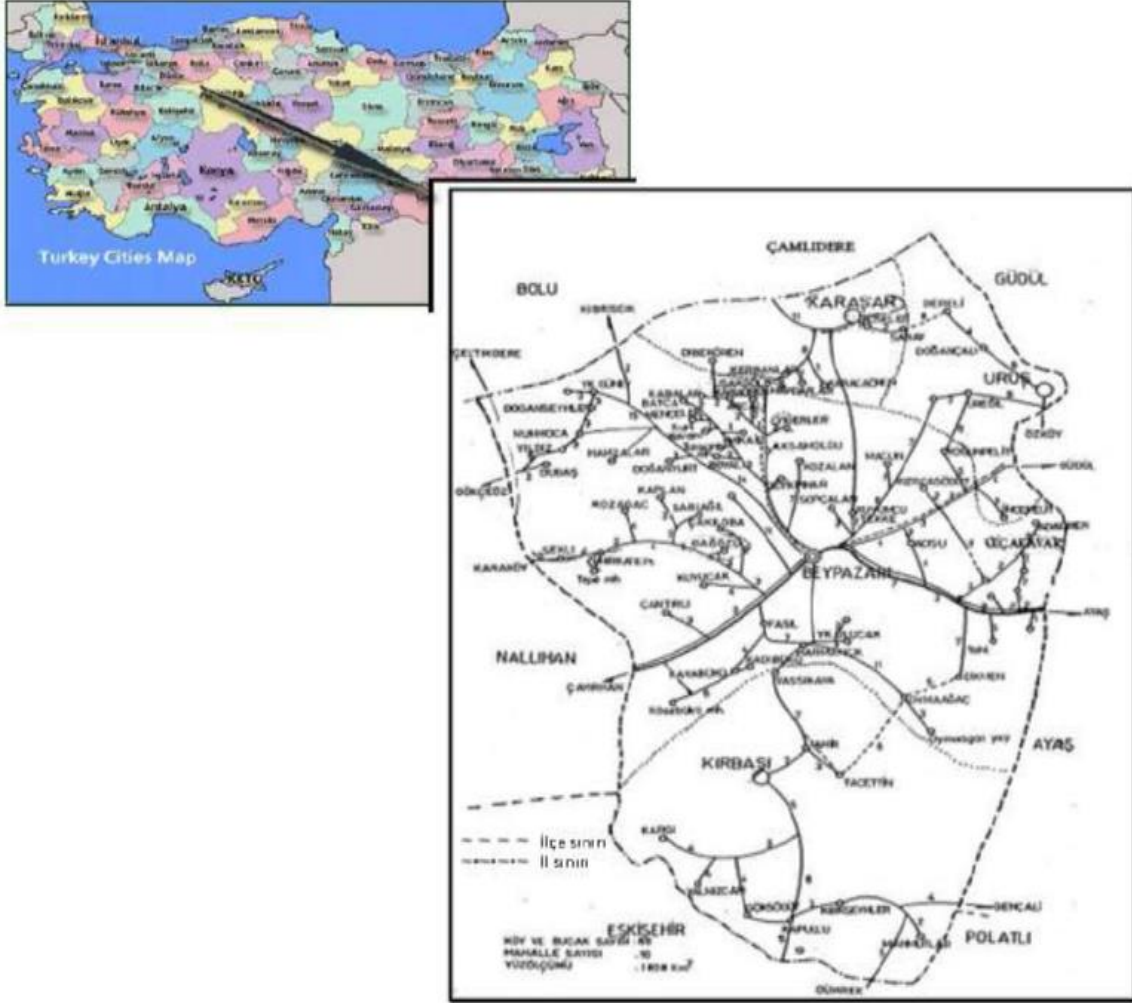
Araştırmaya konu olan Beypazarı ilçesi Ankara'nın 99 km kuzeybatısında yer almaktadır. İlçe alanı İç Anadolu bölgesinin Yukarı Sakarya bölümünde bulunmaktadır. Beypazarı'nı, batıda Nallıhan, güneyde Eskişehir, Polatlı, Ayaş, Güdül, Çamlıdere, kuzeyde Seben ve Kırbaşı ilçeleri ile çevrilidir (Çetin, 2009: 18).

Tarih boyunca Hititler, Frigler, Galatlar, Romalılar, Bizanslılar, Selçuklular ve Osmanlı İmparatorluğu'nun bölgede egemen olduğu görülmüştür. Antik dönemde "Lagania" ismiyle bilinen Beypazarı, Osmanlı döneminde bulunan bir sipahi beyinin fethetmesiyle günümüzdeki ismini almıştır (Özşen, Köksal ve Demirtaş: 2017, 442).

İlçe merkezinden geçen D-140 eksenli karayolu bağlantısı ile Ankara ve İstanbul gibi metropol şehirlere ulaşım kolaylığına aynı zamanda Sakarya, Eskişehir ve Bolu illerine yakın olma avantajına sahiptir. Her yıl yapılan festivalde ve şenliklerde ağırladığı yabancı konuk sayısında ve yurtiçi tur programlarında konaklama noktası olarak alınmasında yaşanan artışla, önemli bir çekim merkezi haline gelmiştir. Ayrıca sahip olduğu bitki örtüsü, Türkiye'de nesli tükenmekte olan kuşların yaşam alanı olması ile henüz yeni keşfedilmeye başlanan doğal varlıklara sahiptir. (Çalık, 2014: 7).

Beypazarı hem doğal hem de tarihi değerler açısından ülkemizin zengin kaynaklarına sahip ilçelerden biridir. İlçenin İnözü Vadisi, Eğriova, Benli ve Tekke yaylası ile Dereli köye yakın peri bacalarına benzeyen yapılara sahip olması ilçeye gelen ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir (Uslu ve Kiper, 2006: 307). Ayrıca Beypazarı'nda çok sayıda han, hamam, cami, türbe ve çeşme gibi anıtsal yapılar mevcuttur. Doğal, tarihi ve kültürel özelliklerinin yanı sıra Beypazarı ilçesinin yöresel kalkınması hayvancılık, tarım, sanayi, ticaret, el sanatlarına dayanmakta olup (Aklanoğlu, 2010: 128-132), maden suyu işletmesi ile gıda ve yem sanayisi de ilçedeki ekonomik kalkınmaya katkı sağlamaktadır (Kervankıran, 2014: 138).

Harita 1: Beypazarı İlçesinin Lokasyon Haritası ve Çalışma Alanı



Kaynak: (Kurt, 2009: 8)

Çarpan etkisinin yüksek olması ile turizm sektörü hem ülkeler hem de şehirler bakımından önem taşımaktadır. Bu bağlamda kendini tanıtmak isteyen ve gelir kazanmayı hedefleyen bölgelerin ilk başvuru noktası turizm olmaktadır. Beypazarı, özellikle 2000'li yıllardan sonra Türkiye'nin önemli bir turistik çekim merkezi haline gelmiş bir turizm ilçesidir. İlçe, ağırladığı ziyaretçi sayısı, sahip olduğu doğal ve tarihi varlıkları ile, benzer özelliklere sahip olan diğer ilçelerden farklı olarak, turizmde rekabet gücünü artırmış, yeni ve özgün niteliklere sahip, gelişen bir turizm merkezi olma potansiyeli taşımaktadır (Çalık: 2014, 7).

Tablo-1: Beypazarı ilçesi ziyaretçi sayısı

Yıllar	Ziyaretçi Sayısı
1999	2.501
2000	3.980
2001	7.646
2002	40.000
2003	100.000
2004	150.000
2005	200.000
2006	250.000
2007	300.000
2008	370.000
2009	350.000
2010	400.000
2011	400.000
2012	450.000
2013	460.000
2014	465.000
2015	470.000
2016	300.000
2017	400.000

Kaynak: Poyraz, 2018.

Beypazarı ilçesi, ziyaretçi sayısını varlığını korumuş kriz dönemleri bir yana bırakılırsa, ziyaretlerin sürekli artış eğiliminde olduğu görülmektedir (Tablo-1).

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

2.1. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

Bu çalışmanın amacı; turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği önemli bir turizm destinasyonu olan Beypazarı ilçesinde ziyaretçilerin gözünde turizmin ekonomik, sosyal-kültürel ve çevresel bakış açısıyla memnuniyetlerinin değerlendirilmesidir. Beypazarı ilçesi; zengin tarihi geçmişi, sahip olduğu doğal, kültürel değerlerle tanınmış bir turizm yöresi haline gelmiştir. İlçede turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte diğer sektörlerin de canlanması ilçenin yerel ekonomisine, fiziksel ve kültürel çevresinde bir takım değişiklikler meydana getirmiştir. Turizmin olumlu veya olumsuz etkileri daha çok o bölgede yaşayan yerel halkı, yatırımcıları etkilediği kadar ziyaretçilerin alanı tekrar ziyaret niyetlerinde de belirleyici olmaktadır.

Çalışmanın amacına ilişkin yapılan literatür taraması ve kuramsal alt yapının oluşturulması neticesinde Beypazarı ilçesine yönelik ziyaretlerin ana öznesi konumundaki ziyaretçilerin bakış açılarının, tutum ve algılarının belirlenmesi amacıyla bu çalışma kapsamında oluşturulan hipotezlere yanıt aranacaktır. Yapılan birçok araştırmada demografik değişkenlerin algı, turum

ve davranışları etkilediği ortaya konulmuştur. İlçe yerel halkının turizme yönelik algı ve tutumunun araştırıldığı benzer çalışmalarla karşılaştırmalar yapılarak hipotezler geliştirilmiş ve değerlendirmeler yapılmıştır (Toprak, 2015; Özşen, Köksal ve Demirtaş: 2017, 444).

Bu bağlamda araştırma alanında öne sürülen hipotezler şunlardır:

H1: Beypazarı'nın turizm değerleri ziyaretçiler için çekicilik (cazibe) özelliği taşımaktadır.

H2: Beypazarı'na yönelik turistik talep doyma noktasına ulaşmamıştır.

H3: Beypazarı'na yönelik turistik ziyaretlerin ana temasında kültürel turizm vardır.

2.2. Evren ve Örneklem

Ankara'da iç turizm hareketlerinin özellikle kültür turizminin yaygın olarak yaşandığı Beypazarı ilçesini ziyaret eden ziyaretçiler araştırma evrenini oluşturmaktadır.

Ziyaretçilere ait örneklem sayısının belirlenmesinde Ryan ile Yamane'nin geliştirdiği model uygulanmıştır (Ryan, 1995; Arıkan, 2000: 143-145; Yamane'den Esin vd., 2009). Çalışmada kullanılacak veri seti, Beypazarı ilçe merkezinde uygulanacak bir anket yardımıyla elde edilecek yatay kesit verilerinden oluşmaktadır. Anket uygulanacak örnek kütlenin büyüklüğünün belirlenebilmesi için Ryan ve Yamane'nin geliştirdiği aşağıdaki modele göre hesaplama yapılmıştır. Buna göre; 2012-2015 yıllarına ait ziyaretçi sayısı ortalaması 461.250 kişi olup (Tablo-1) evreni temsil edecek kişi sayısı 384 olarak hesaplanmıştır.

2.3. Veri Toplama Yöntemi

Turizm etkinliklerine katılan bireylerin turizm etkinliklerinin ve beklentilerinin belirlenmesi ve bu kapsamda Beypazarı'na ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi hedef alınmıştır. Ziyaretçilere yönelik anket çalışmasında kolaylı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Beypazarı'na yönelik turistik ziyaretler kültürel ağırlıklı olduğu ve yıl boyu devam ettiği için tüm yıla dağılacak şekilde uygulanmıştır. Diğer bir beklenti ise ziyaretçilerin alan ziyaretine ilişkin bakış açılarının zamansal farklılık gösterip göstermediğinin tespiti için örneklem sayısı yüksek tutularak yıllara yayılmıştır. Bu bağlamda 2012-2015 yılları arasında değişikliğin olup olmadığının izlenmesi olmuştur. Yıl bazında yaklaşık 380 anket yapılması planlanmış ve 1.500 anket basılmıştır. Toplamda 75 tanesi hatalı doldurmalar nedeniyle elenmiş toplamda 1.425 anket dikkate alınmıştır. Ziyaretçilerin tercihlerindeki zamansal değişiklik izlenmiş ve karşılaştırma

yapılmışsa da yıllar itibariyle değişiklik saptanmamıştır. Nitekim Cittaslow (Yavaş Şehir) başvurusu düşünen bir ilçede zaman yavaş aktığı içindir ki bu değişikliğin yaşanmadığı tahmin edilmektedir.

Anket üç bölümden oluşmuştur: Birinci bölüm katılımcıların demografik özelliklerini sorgulayıcı sorular olan; yaş, cinsiyet, meslek, medeni durum, öğrenim durumu, gelir durumu, geçim kaynağı, aile bilgisi gibi sorulardır.

İkinci bölümde, ziyaretçilerin seyahat tercihleri, ulaşım biçimi, gezi organizasyon şekli, geçirdiği süre, Beypazarı'nı seçme sebepleri, daha önce ziyaret edip etmedikleri, alana ulaşımları, katılımcıların daha önceki turistik deneyimlerinin düzeyi sorulmuştur.

Üçüncü bölümde 5'li Likert ölçeği uygulanmış olup "Tamamen Katılıyorum" "Kısmen Katılıyorum" "Kararsızım" "Katılmıyorum" "Hiç Katılmıyorum" şeklinde bir seçenek dizgisi vardır. Üçüncü bölüm sorularının içeriği, ziyaretçilerin Beypazarı'na yönelik kültürel turizm faaliyetlerini sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel açıdan sorgulamaktadır. Beypazarı'nın doğal, kültürel ve tarihi eserlerine bakış açılarıyla ilgili sorularla ayrıca ilçeyi yeterli, güvenilir, ucuz bulup bulmadıklarına dair düşünceleri, eleştirileri ve önerileri gibi sorular sorulmaktadır. Beypazarı'nın mevcut hizmeti ile yeterli olup olmadıkları, Beypazarı'nı seçmekteki etkin gerekçeleri, karşılaşılan olumsuzluklar ile mevcut durumun belirlenmesi amaçlanmıştır.

2.4. Verilerin Analizi

Bu araştırmada, anket sorularında yer alan değişkenlerin türü dikkate alınarak verilerin analizinden elde edilen sonuçlar nitel ve iki seçenekli sorular için frekanslar, yüzdeler, oranlar şeklinde verilmiş ve yanıtların düzeylere göre dağılımı belirlenmiştir. Likert ölçeğinde elde edilen veriler için ise ilave olarak ortalama ve standart sapmalar da hesaplanmıştır. Sonuçlar tablolar halinde sunulmuştur. Anket sorularında yer alan memnuniyet, tercih ve katılım oranlarına yönelik istatistiksel çıkarımlar ise oranlara ilişkin Z testi kullanılarak yapılmıştır. Böylece anketlerde ilgili sorulara verilen yanıtlardan elde edilen örneklem memnuniyet oranının belirli bir olasılıkla hedef yığına genellenip genellenemeyeceği araştırılmıştır. Hedef yığınlarından seçilen örnekler yeterince büyük olduğundan aralık kestirimde Z dağılımı kullanılarak, evren oranı π için %95 güven sınırları aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

$$P\left\{p - Z_{\text{tab}} * \sigma_p < \pi < p + Z_{\text{tab}} * \sigma_p\right\} = 1 - \alpha$$

Ancak yığın parametresi genellikle bilinmemektedir. Bu güçlüğü gidermek için en uygun yol ya evren parametresine ilişkin varsayımda bulunmak ya da gerçek yığın parametresinin sıfıra eşit olduğunu varsaymaktır. Bu çalışmada bilinmeyen evren oranının 0.50 olduğu varsayımı benimsenmiş olup, yığın oranının 0.50 olduğu yönündeki hipotez ile örneklem oran değerinin uyuşup uyuşmadığı aşağıda verilen Z testi ile sınanmıştır.

$$Z_{\text{hes}} = \frac{p - \pi}{\sigma_p}$$

Hesaplanan test istatistiği (Z_{hes}), tablo değerinden büyükse (Z_{Tab}) ise gerçek yığın oranının 0.50 olduğunu belirten sıfır hipotezi belirlenen anlamlılık düzeyinde (α) reddedilir. Yani örneklem oranı ile yığın oranının varsayımlı değeri arasında örnekleme hatasına bağlanamayacak kadar istatistiksel açıdan önemli bir farklılığın olduğu kabul edilir. Bu testlerin sonuçları 0,05 anlamlılık düzeyinde, diğer bir ifadeyle %95 güven düzeyinde yapılmıştır.

3. Ziyaretçilerin Özellikleri

Beypazarı ilçesini ziyaret edenlere yönelik uygulanan ankette cinsiyetin, araştırma sahasındaki turizm hareketlerine katılımı etkilediği görülmektedir. Başka bir deyişle, ankete katılan ziyaretçilerin erkek ve kadın oranları arasında önemli bir fark bulunmaktadır. Anket uygulanan kültürel ziyaretçilerin %57,1'i kadınlardan, %42,9'u erkeklerden oluşmaktadır. Bu oran Richards (2001; 40)'ı desteklemektedir. Richards'a göre kültürel tüketim ve kültürel aktivitelere katılma konusunda kadınlar daha eğilimlidirler. Araştırma sahasında buna uygun durumun ortaya çıkmasında grup organizasyonlarına kadınların daha fazla katılım göstermeleri etkili olabilir.

Tablo-2: Araştırmaya katılan ziyaretçilerin demografik özelliklerine göre dağılımı

Demografik Özellikler		n	%
Cinsiyet	Erkek	611	42,9
	Kadın	814	57,1
Yaş	18 ve altı	37	2,6
	18 - 25	360	25,3
	26 - 35	341	23,9
	36 - 45	291	20,4
	46 - 55	218	15,3
	56 - 65	148	10,4
	65 ve üstü	30	2,1
Eğitim	İlköğretim	190	13,3
	Lise	497	34,9
	Üniversite (Ön Lisans / lisans)	673	47,2
	Lisansüstü	65	4,6
Meslek	Emekli	205	14,4
	Özel sektör	445	31,2
	Kamu sektörü	229	16,1
	Ev Hanımı	204	14,3
	Öğrenci	287	20,1
	Diğer	55	3,9
Medeni Durum	Evli	795	55,8
	Bekâr	558	39,2
	Dul	72	5,1
Aylık Gelir	1000 TL'den az	462	32,4
	1000 - 1999 TL	583	40,9
	2000 - 2999 TL	269	18,9
	3000 TL'den fazla	111	7,8
Çocuk Sayısı	Yok	538	37,8
	1 - 3	801	56,2
	4 ve daha fazla	86	6,0
Toplam		1425	100

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin turizme katılması ile yaşı arasında da yakın bir ilişki vardır. Her yaş grubundan ziyaretçi olmakla birlikte oranlar 18-65 yaş aralığında (%95,3) gerçekleşmektedir. 18-65 yaş aralığındaki hemen her kesime hitap etmesi ve ziyaretçilerin geniş

bir alandan gelmesi avantajlı bir durumdur. Dikkat çeken bir durum 18-25 yaş grubundan itibaren yaş düştükçe oranların düşme eğilimi göstermesidir. Dikkatle incelenmesi gereken bir durum olan, 18 yaş ve altındakiler ile 65 yaş ve üzerindeki kesime hitap edememesi (genç kesim ve üçüncü yaş grubu) dikkate değer bir konu olarak ortaya çıkmıştır.

Araştırma sahasındaki ziyaretçilerin, eğitim seviyelerine paralel olarak seyahat yoğunluğunun arttığı söylenebilir. Eğitim düzeyinin yükselmesi dünyayı daha çok tanımayı sağlamakta, bunun sonucu olarak başka yerleri ve kültürleri görmek için seyahat dürtüsü artmaktadır. Ziyaretçilerin daha çok lise ve üniversite düzeyinde bir eğitime sahip olduğu görülmektedir. Ziyaretçiler %47,2 oranı ile üniversite düzeyinde eğitime almışlardır. Lise ve üniversite eğitimi alanların oranı toplamda %82,1'e çıkmaktadır. İlköğretim düzeyindeki ziyaretçi oranı %13,3 gibi azımsanamayacak bir düzeydedir. Genelde ziyaretçilerin eğitim seviyelerinin orta ve yüksek olması, Beypazarı'nın hitap ettiği turist kitlesi hakkında da fikir vermektedir. Lisansüstü eğitim görenlerin oranı ise %4,6 olup düşük bir seviyededir.

Ankete katılan yerli ziyaretçilerin yarısına yakını (%47,3) kamuda ya da özel sektörde ücretli olarak çalışanlardır. Ziyaretçilerin yarıya yakının ücretli çalışan olması düzenli gelirlerinden dolayı olabilir. Özel sektörde ücretli çalışanların oranı %31,2 ile kamu sektöründe çalışanlara göre, %16,1, yaklaşık iki katıdır.

Ziyaretçilerin ikinci önemli grubunu %20,1 ile öğrenciler oluşturmuştur. Ankara'da çok sayıda eğitim kurumlarının olması ve öğrencilerin yeterince boş zamanları ikinci büyük grubu oluşturmalarında etkili olmuştur.

Öğrenci, memur ve özel sektör çalışanları turizme katılmada daha fazla yoğunluk kazanırken, emeklilerin (% 14,4) katılımları daha düşük çıkmaktadır. Boş zamanlarının bol olması nedeniyle önemli bir potansiyel olan, üçüncü yaş turizmi kategorisine giren emeklilerin Beypazarı ziyaret oranının düşük çıkması gelirlerinin düşük olması ile ilgili olsa gerektir.

Ev hanımlarının katılımının (%14,3) düşük çıkması düzenli gelire sahip olmamalarından kaynaklanıyor olabilir.

Ankete katılan ziyaretçilerin medeni durumlarında önemli bir farklılık görülmektedir. Evlilerin bekârlara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Ziyaretçilerden ankete katılanların %55,8'i evli, %39,8'i bekâr ve %5,1'i duldur. Bekâr ve dulları aynı kategoride alarak değerlendiresek bile evlilerin oranı toplamda yine daha yüksek çıkmaktadır. Bunda evli ziyaretçilerin aile olarak ve çocuklarıyla ziyaretleri önemli etken oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin öğrenci, memur ve işçi mesleklerinde yoğunlaştıkları ve %73'ünün aylık gelirlerinin 2.000 TL'ye kadar olduğu görülmektedir. Beypazarı'nı ziyaret edenlerin düşük ve orta gelire sahip olduğu anlaşılmaktadır. Aynı zamanda öğrencilerin de önemli oran (%20,1) tutması, düşük gelir kategorisini oluşturan alt gelir grubunun oranını da yükseltmektedir.

Ankete katılan ziyaretçilerin yarıdan fazlası (%62,2) çocuklu ailelerden oluşmaktadır. Bu oran ailelerin çocuklarıyla Beypazarı'nı ziyaret ettiklerini göstermektedir. Bu sonuç Beypazarı'nda yapılacak turistik yatırımlar, işletmelerin niteliği gibi konularda yatırımcı ve işletmecilere fikir verebilir.

Tablo-3: Ziyaretçilerin seyahat özellikleri

	Tercih	Tercih kullanmama	Toplam	Tercih %
Geleneksel yaşam tarzı olan yerler	684	741	1425	48,0
Deniz kıyısı ve denizi gören alanlar	663	762	1425	46,5
Ormanlık alanlar	535	890	1425	37,5
Kent yakın çevresindeki park ve dinlenme yerleri	506	919	1425	35,5
Tarihi ve arkeolojik alanlar	462	963	1425	32,4
Böyle bir alışkanlığım yok	62	1363	1425	4,4
Diğer	12	1413	1425	0,8

Ziyaretçilerin tatil tercihlerine yönelik alışkanlıklarını ortaya koymaya yönelik sorularda isterlerse 1'den fazla serçenek işaretleyebilecekleri belirtilmiştir. "Hafta sonu ve kısa dönemli gezilerinizde ne tür yerleri tercih edersiniz?" sorusuna "Geleneksel yaşam tarzı olan yerler" seçeneği %48 oranı ile ilk sırada tercih edilmiştir. Otantik ve kültürel yapısı nedeniyle Beypazarı'nın bu tür tercihleri olan ziyaretçileri çektiği anlaşılmıştır. "Deniz kıyısı ve denizi

gören alanlar” seçeneği ise %46,5 oranı ile ikinci tercih nedeni olarak seçilmesiyle deniz turizmini tercih edenlerin de Beypazarı’nı ziyaret tercihleri arasında olduğunu göstermiştir. Doğa temelli turizm aktiviteleri için yer alan “Ormanlık alanlar” ve “Kent yakın çevresindeki park ve dinlenme yerleri”nin ziyaret tercihi grup olarak değerlendirildiğinde üçüncü ve dördüncü sıralarda yer almaktadır. Tatil alışkanlıklarında “Tarihi ve arkeolojik alanlar”ı tercih edenler ise beşinci sırada yer almaktadır.

Tablo-4: Ziyaretçilerin Beypazarı’na geliş sayısı

	n	%
İlk kez	805	56,5
2. kez	301	21,1
3. kez	114	8,0
4. kez	83	5,8
5 ve daha fazla	122	8,6
Toplam	1425	100,0

Beypazarı’nı ziyaret eden ziyaretçilerin Beypazarı’na geliş sayılarına ait oranlara baktığımızda yarıdan fazlasının (%56,5) ilk kez geldiğini göstermektedir. Bunun altında keşif arzusunun yattığını ve ilçenin keşfedilmeyi bekleyen yerler arasında olduğunu görmekteyiz. Bunun yanında ikinci kez gelenlerin oranı da %21,1 ile ikinci sırada gelmektedir.

Tablo-5: Ziyaretçilerin Beypazarı'na gelişte kullandıkları ulaşım aracı tercihi

	n	%
Otomobil	621	43,6
Şehirlerarası tarifeli araçlar	268	18,8
Özel kirallanmış minibüs	173	12,1
Özel kirallanmış otobüs	360	25,3
Diğer	3	0,2
Toplam	1425	100,0

Beypazarı'nı ziyaret eden ziyaretçilerin kullandıkları ulaşım aracına baktığımızda %43,6 ile ilk sırada otomobil gelmektedir. Bu durum özellikle Ankara çıkışlı ziyaretlerin otomobille gerçekleşmesinden kaynaklanmaktadır. %25,3 ile ikinci sıradaki özel kirallanmış otobüs tercihi ise tur organizasyonları nedeniyle. %18,8 ile üçüncü sıradaki şehirlerarası tarifeli araçlar gerçekleşmiştir. Bunun nedeni Ankara'dan Beypazarı'na her yarım saatte kalkan otobüs/minibüs seferleri ile haftanın üç günü Beypazarı-İstanbul arasındaki tarifeli otobüs seferleri ile gerçekleşmektedir.

Tablo-6: Ziyaretçilerin Beypazarı'na yönelik gezi organizasyonu

	n	%
Seyahat acentesi organizasyonu	209	14,7
Vakıf, dernek, okul gibi kurum organizasyonları	131	9,2
Arkadaş grubu	487	34,2
Bireysel	598	42,0
Toplam	1425	100,0

“Beypazarı’na tur kapsamında mı yoksa bireysel olarak mı geldiniz?” sorusuyla ziyaretlerin organizasyon şekli öğrenilmek istenmiştir. Ziyaretçilerin Beypazarı’na yönelik gezi organizasyonunu değerlendirdiğimizde ziyaretlerin %42 ile bireysel olarak gerçekleştiği görülmektedir. %34,2 ile ikinci sırada Beypazarı ziyareti dost ve arkadaş grubu ile gerçekleştirilen ziyaretlerdir. Üçüncü sıradaki seyahat acentesi organizasyonu %14,7’lik bir paya sahip olup oran düşüktür.

Tablo-7: Ziyaretçilerin Beypazarı’nda geçirdikleri süre

	n	%
Günübirlik ve konaklamasız	945	66,4
Bir gece konaklamalı	335	23,5
İki gece ve daha fazla konaklamalı	145	10,2
Toplam	1425	100,0

Ziyaretçilerin Beypazarı’nda geçirdikleri süreye bakıldığında ziyaretlerin %66,4 gibi büyük çoğunluğunun günübirlik ve konaklamasız ziyaretleri tercih ettiği görülmektedir. Bunda Ankara çıkışlı konaklamasız ve günübirlik ziyaretler etkili olmaktadır. Konaklamalı ziyaretlerinde bir gece konaklama şeklinde tercih edilmesi ilçenin kısa sürede gezildiğini göstermektedir. Bunun nedeni Beypazarı’nda ziyaretçilere hitap eden aktivitelerin yeterli çeşitlilikte olmadığını göstermektedir.

Tablo-8: Ziyaretçilerin Beypazarı ziyaretini sağlayan bilgi kaynağı

	n	%
Dost ve tanıdık tavsiyesi	951	66,7
Medya Araçları	231	16,2
Seyahat Acenteleri	120	8,4
Bilgi Sahibi olmadan geldim	109	7,6
Diğer	14	1,0

Beypazarı'nı ziyaret eden ziyaretçilere sorulan “Beypazarı'na ziyaretinizi sağlayan bilgi kaynağı nedir?” sorusuna %66,7 oranıyla büyük çoğunluk dost ve tanıdık tavsiyesi cevabını vermişlerdir. İkinci sıradaki bilgi kaynağı medya araçları (internet, radyo, televizyon, gazete, dergi ve broşürler) ile bilgi edindiklerini ifade edenlerin oranı %16,2'dir. Seyahat acentelerinin payı %8,4 oranıyla üçüncü sırada olup bu oran oldukça yetersizdir. Çünkü seyahat acentelerinin temel işlevlerinden olan bilgi sağlamak ve organizasyon gerçekleştirmekte, işlerin profesyonelce yürütülmesi bakımından oldukça önemlidir. Bu sonuç seyahat acentelerinin tur tanıtım ve organizasyonlarında Beypazarı'nda yeterince etkin olmadığını göstermektedir.

Tablo-9: Ziyaretçilerin Beypazarı İlçesini Tercih Özellikleri

	Tercih	Tercih kullanmama	Toplam	Tercih %
Geleneksel mimari ve yerleşim	1017	408	1425	71,4
Yöresel yemekler	933	492	1425	65,5
Tarihi değerler	645	780	1425	45,3
Geleneksel yaşam kültürü	550	875	1425	38,6
El sanatları	479	946	1425	33,6
Doğal çevre, flora ve fauna (İnözü Vadisi, yabancı kuşlar, Kuş Cenneti)	390	1035	1425	27,4
Tarımsal ürünler	350	1075	1425	24,6
Yerel halkın tutumu	290	1135	1425	20,4
Esnafın tutumu	240	1185	1425	16,8
Ulaşım kolaylığı	228	1197	1425	16

Geleneksel mimari ve yerleşim değerine yakın olarak %65,5 ile ikinci sırada yöresel yemekler yer almıştır. Tarihi değerler seçeneği %45,3 ile üçüncü sırada gelmiştir. Geleneksel yaşam kültürü %38,6 ile dördüncü sırada yer alırken, el sanatları %33,6 ile tercih sıralamasında beşinci sırada yer almıştır. Beypazarı doğal çevre tercihi %27,4 ile altıncı sırada yer almıştır. Beypazarı doğal çevre kaynaklarının tam olarak bilinmemesi sıralamadaki yerini belirlemiş olabilir.

Tarımsal ürünler seçeneği %24,6 ile yedinci sırada yer almıştır. Yerel halkın tutumu (%20,4) ile esnafın tutumu (%16,8) seçenekleri sekizinci ve dokuzuncu sıralarda yer almıştır. Ziyaretçilerin yerel halk ve esnaf ile iletişimlerinin sınırlı olması bu sıralamada etkili olmuş olabilir. Ulaşım kolaylığı %16 ile son sırada yer almaktadır. Bu seçenek Beypazarı'na ulaşımın kolay olmadığını göstermiştir. Ulaşımında Ankara haricindeki yerleşim alanlarına göreceli uzaklığı etkili olmuş olabilir.

Tablo-10: Ziyaretçilerin Beypazarı ziyaretleri ile ilgili tutumlarına yönelik Likert analizi ve verilen cevaplar

	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum		Toplam	AO	SS
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Konaklama olanakları Beypazarı'na özgü ve hizmet kalitelidir.	12	0,8	54	3,8	311	21,8	447	31,4	601	42,2	1425	4,10	0,93
Yeme içme olanakları Beypazarı'na özgü ve hizmet kalitelidir.	6	0,4	18	1,3	72	5,1	441	30,9	888	62,3	1425	4,53	0,69
Tarihi mekânlar temiz ve bakımlıdır.	8	0,6	43	3,0	120	8,4	489	34,3	765	53,7	1425	4,38	0,81
Beypazarı'ndaki doğal kaynak değerleri (turistik peyzaj) yeterince değerlendirilmektedir.	61	4,3	140	9,8	392	27,5	467	32,8	365	25,6	1425	3,66	1,09
Yöresel tarım ürünleri yeterli çeşitlilikte ve kalitelidir.	7	0,5	26	1,8	72	5,1	296	20,8	1024	71,9	1425	4,62	0,71
Yöresel mutfağa ait yemekler temiz ve lezzetlidir.	3	0,2	15	1,1	51	3,6	348	24,4	1008	70,7	1425	4,64	0,62
Yöresel el sanatları özgün ve çeşitlidir.	10	0,7	33	2,3	87	6,1	471	33,1	824	57,8	1425	4,45	0,77
Geleneksel kültür yaşamaktadır.	9	0,6	43	3,0	82	5,8	413	29,0	878	61,6	1425	4,48	0,79
Ulaşım ile ilgili sorun yoktur.	31	2,2	85	6,0	165	11,6	451	31,6	693	48,6	1425	4,19	1,00

Halkın ve esnafın ziyaretçilere karşı yaklaşımı olumludur.	8	0,6	36	2,5	76	5,3	335	23,5	970	68,1	1425	4,56	0,76
Beypazarı'na tekrar gelmeyi düşünürüm.	24	1,7	26	1,8	136	9,5	281	19,7	958	67,2	1425	4,49	0,87
Yakın çevreme Beypazarı'nı tavsiye ederim.	16	1,1	24	1,7	67	4,7	233	16,4	1085	76,1	1425	4,65	0,75

Ziyaretçilerin Beypazarı'na yönelik ziyaretleriyle ilgili beş dereceli likert ölçeği kullanılarak tutumları ölçülmeye çalışılmıştır. Beş dereceli likert ölçeğine göre 1= Hiç katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Tamamen katılıyorum ifadelerine yönelik derecelendirmeler kullanılmış ve katılımcılardan bunlardan birisini tercih etmeleri istenmiştir. Olumlularda en yüksek puan 5 olurken, en yüksek olumsuz değer ise 1 puan olarak değerlendirilmiştir. Tercihin konumunu belirleme açısından 1-5 arasındaki değerlendirme tercihlerinin aritmetik ortalama değerleri alınarak yorumlanmıştır.

Likert sorularından birinci soru olarak ziyaretçilere “Konaklama olanakları Beypazarı'na özgü ve hizmet kalitelidir” sorusu sorulmuştur. Bu soruya ziyaretçilerin %42,2'si tamamen katılıyorum ve %31,4 katılıyorum cevabı vererek toplamda %73,6 oranıyla olumlu görüş belirtmişler, bu tercihin aritmetik ortalaması 4,10 olarak gerçekleşmiştir. Bu sonuç 4,0 katılıyorum tercihini aşan bir değerdir.

İkinci Likert sorusu “Yeme içme olanakları Beypazarı'na özgü ve hizmet kalitelidir” sorusuna katılımcıların %30,9 katılıyorum ve %62,3'ü tamamen katılıyorum diyerek toplamda %93,2'lik oran ve 4,53 ortalamasıyla olumlu görüş belirterek yeme içme olanaklarını beğendiklerini ifade etmişlerdir.

“Tarihi mekânlar temiz ve bakımlıdır” üçüncü sorusuna %34,3 ile katılıyorum, %53,7 ile tamamen katılıyorum cevabı %88'lik oran ve 4,38 aritmetik ortalama ile olumlu görüş verilmiştir.

Dördüncü soruya, “Beypazarı'ndaki doğal kaynak değerleri (turistik peyzaj) yeterince değerlendirilmektedir”, katılımcıların cevaplarına anketin bütünü de dikkate alarak değerlendirdiğimizde farklı bir durum ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların %32,8'i katılıyorum, %27,5'i kararsızım ve %25,6'sı tamamen katılıyorum demişlerdir. Ortalama değer, 3,66 ile

katılıyorum daha yakın olmakla birlikte kararsızım seçeneğinin de gözardı edilmemesi gerektiğini göstermektedir.

Beşinci soruya, “Yöresel tarım ürünleri yeterli çeşitlilikte ve kalitelidir”, katılımcılar %92,8 ile yüksek oranda ve 4,62’lik ortalamayla olumlu görüş bildirmişlerdir.

“Yöresel mutfağa ait yemekler temiz ve lezzetlidir” altıncı sorusuna, %24,4 ile katılıyorum %70,7 ile tamamen katılıyorum cevabı %95,1’lik oran ve 4,64 aritmetik ortalamayla olumlu görüş verilmiştir.

“Yöresel el sanatları özgün ve çeşitlidir” yedinci sorusuna verilen cevaplar %33,1 katılıyorum, %57,8 tamamen katılıyorum şeklindedir. Toplamda %90,9’luk oran ve 4,45 ortalamayla katılımcılar olumlu görüş belirtmişlerdir.

“Geleneksel kültür yaşamaktadır” sekizinci sorusuna katılımcılar %61,6 tamamen katılıyorum ve %29,0 katılıyorum diyerek toplamda %90,6 yüzdelik oran ve 4,48 ortalamayla olumlu görüş bildirmişlerdir.

“Ulaşım ile ilgili sorun yoktur” dokuzuncu sorusuna katılımcılar %48,6 tamamen katılıyorum ve %31,6 katılıyorum ile toplamda %80,2 oran ve 4,19 ortalamasıyla olumlu görüş belirtmişlerdir.

“Halkın ve esnafın ziyaretçilere karşı yaklaşımı olumludur” onuncu sorusu yerel halk ile ziyaretçi ilişkisini ölçmeyi amaçlamıştır. Katılımcıların %68,1’i tamamen katılıyorum ve %23,5’i katılıyorum diyerek toplamda %91,6 oran ve 4,56 ortalama değeri ile olumlu görüş bildirmişlerdir.

Onbirinci soru “Beypazarı’na tekrar gelmeyi düşünürüm” sorusu olup, ziyaretçilerin Beypazarı’na bir kez daha gelip gelmemeleriyle ilgili tekrar dönüş sorusudur. Katılımcıların %67,2’si tamamen katılıyorum ve %19,7’si katılıyorum diyerek toplamda %93,2 oran ve 4,49 ortalamayla olumlu görüş bildirmişlerdir.

“Yakın çevreme Beypazarı’ni tavsiye ederim” onikinci sorusuna katılımcıların %76,1’i tamamen katılıyorum ve %16,4’ü katılıyorum diyerek toplamda %92,5 oran ve 4,65 ortalamayla olumlu görüş bildirmişlerdir.

Oniki soruluk Likert tablosunu genel olarak değerlendirdiğimizde ortaya olumlu bir sonuç çıkmaktadır. En yüksek olumlu sonuç %76,1 ile yakın çevreme Beypazarı’ni tavsiye ederim olurken, kararsızlardaki en yüksek oran %27,5 ile Beypazarı’ndaki doğal kaynak değerleri (turistik peyzaj) yeterince değerlendirilmektedir seçeneği olmuştur. Genel eğilim ve tablodan çıkan sonuçlara göre ziyaretçiler Beypazarı ilçesini “kayda değer, ziyaret edilebilir” olarak

değerlendirmektedirler ve bu sonuçla, “H1: Beypazarı’nın turizm değerleri ziyaretçiler için çekicilik (cazibe) özelliği taşımaktadır” hipotezini desteklenmektedir.

Tablo-10’daki Likert sorularıyla ziyaretçilerin Beypazarı’na tekrar gelip gelmeyecekleri ve çevrelerine Beypazarı’nı tavsiye edip etmeyecekleri sorularak ziyaretçiler gözünde alanın mevcut durumu gözlenmek istenmiştir.

“Beypazarı’na tekrar gelmeyi düşünürüm” sorusu ziyaretçilerin Beypazarı’na bir kez daha gelip gelmemeleriyle ilgili tekrar dönüş sorusudur. Katılımcıların %67,2’si tamamen katılıyorum ve %19,7’si katılıyorum diyerek toplamda %93,2 oran ve 4,49 ortalamayla olumlu görüş bildirmiştir.

“Yakın çevreme Beypazarı’nı tavsiye ederim” sorusuna katılımcıların %76,1’i tamamen katılıyorum ve %16,4’ü katılıyorum diyerek toplamda %92,5 oran ve 4,65 ortalamayla olumlu görüş bildirmişlerdir.

Hem sayısal veriler (Tablo-1) hem de ziyaretçilerin gelecekte Beypazarı’nı gelecekte ziyaret etmeyi düşünmeleri ve çevrelerine de Beypazarı’nı tavsiye edecek olmaları “H2: Beypazarı’na yönelik turistik talep doyma noktasına ulaşmamıştır” hipotezini desteklemektedir.

Tablo-11: Ziyaretçilerin Beypazarı’ndaki altyapı ve çevresel sorunların varlığına ait cevapları

	Frekans	%	Test istatistiği (Z)	P değeri	%95 güven Aralığı
Evet	975	68,4	13,861	0,00	65,8~70,9
Hayır	450	31,6			
Toplam	1425	100			

“Beypazarı’nda alt yapı sorunu var mıdır” sorusuna katılımcıların % 68,4’ü evet cevabı vermiştir. Bu sonuca göre ziyaretçi yığnında bu oranın 0.50 olduğunu iddia eden sıfır hipotezi, bu oranın 0,50 den büyük olduğunu iddia eden alternatif hipoteze karşı test edilmiş ve Z değeri 13,861 (P=0,000) olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre ziyaretçi yığnında çevre sorunu vardır diyenlerin oranının 0.50 olduğunu benimsemenin mümkün olmadığı, yani örneklem oranı ile evren oranının varsayıli değeri arasında örnekleme hatasına bağlanamayacak kadar istatistiksel açıdan önemli bir farklılığın olduğu kabul edilir. Bu oran % 50 den fazladır. Bu oranın %95 ihtimalle %65,8 ile %70,9 arasında olduğu söylenebilir. Sonuç olarak ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğu Beypazarı’nda altyapı ve çevre sorunu olduğunu belirtmişlerdir.

“Beypazarı’nda altyapı ve çevre sorunu var mıdır?” sorusuyla çevreye ait bir olumsuzluğun olup olmadığı öğrenilmeye çalışılmıştır. Katılımcıların %68,4’ü Beypazarı’nda altyapı ve çevre sorunu olduğunu kabul etmektedir. Sorun olduğunu belirten katılımcılardan sorunun ne olduğuna yönelik tanımlamalarına yönelik 9 ayrı soruyu cevaplandırmaları istenmiştir.

Tablo-12: Ziyaretçilere göre Beypazarı’ndaki altyapı, çevre ve diğer sorunlara yönelik olumsuzluklar

Sorular	Tercih	Tercih Kullanmama	Toplam	%
Araçların park sorunu	582	846	1425	40,8
Fiyatların yüksek olması	379	1046	1425	26,6
Turistik aktivitelerin çeşit yetersizliği	359	1066	1425	25,2
Gürültü	239	1186	1425	16,8
Kirlilik	180	1245	1425	12,6
Beypazarı ilçesine ulaşım	155	1270	1425	10,9
Esnafın olumsuz tutumu	55	1370	1425	3,9
Yerel halkın olumsuz tutumu	48	1377	1425	3,4
Diğer	5	1420	1425	0,4

Ziyaretçilere “Beypazarı’nda altyapı, çevre ve diğer sorunlarına yönelik olumsuzluklar nelerdir?” sorusu için birden fazla seçenek sunulmuştur. %40,8 ile ziyaretçiler en büyük sorunu araç parkı olarak görmüşlerdir. İkinci sorun %26,6 ile fiyatların yüksek olması, bunu az bir farkla (%25,2) turistik aktivite çeşitliliğinde yetersizlik izlemiştir. Gürültü sorunu %16,8 ile dördüncü sırada yer almıştır. Birbirine yakın iki olumsuzluktan kirlilik sorunu %12,6 ile beşinci olurken onu %10,9 ile Beypazarı’na ulaşım sorunu izlemiştir. %3,9 ve %3,4 ile düşük değerlerde esnafın ve halkın olumsuz tutumları son sıralarda yer almıştır. Ziyaretçilerin görüşleri çevre sorunundan ziyade altyapı yetersizlikleri, fiyatların yüksek olması ve aktivite yetersizliği üzerinde yoğunlaşmıştır.

Tablo-13: Ziyaretçilerin gözünde Beypazarı ve yakın çevresine Ait İmaj Özellikleri

Sorular	Tercih	Tercih Kullanmama	Toplam	%
Geleneksel Beypazarı mimari dokusu (Konaklar, evler, sokaklar vb.)	1278	147	1425	89,7
Tarımsal yapı ve yöresel ürünler ürünler (Kuru, sucuk, havuç lokumu, yemekler vb.)	929	496	1425	65,2
Tarihi değerler (Hanlar, camiler, türbeler, çeşmeler vb.)	764	661	1425	53,6
Geleneksel Beypazarı kültürü ve yaşam tarzı (Oyunlar, düğünler, eğlence, el sanatları)	636	789	1425	44,6
Doğal kaynak değerleri (İnözü Vadisi, Karaşar-Eğriova Yaylası, Tekkedağı, Kuş Cenneti, Karagöl)	459	966	1425	32,2
Bitki örtüsü ve yabani yaşam (Yırtıcı kuşlar, bozkır bitkileri)	212	1213	1425	14,9
Diğer	3	1422	1425	0,2

Beypazarı'nı ziyaret eden ziyaretçilere "Size göre Beypazarı ve yakın çevresine has (özü) değerler nelerdir?" sorusu sorularak 1'den fazla seçenek belirtebilecekleri ifade edilmiştir. Bu soruyla ziyaretçilerde Beypazarı imajının nasıl yer edindiği, Beypazarı ziyaretlerinde gözlem ve deneyimleriyle Beypazarı'na yükledikleri anlamın neler olduğu öğrenilmek istenmiştir. Ziyaretçilere göre %89,7 ile en yüksek oranda Geleneksel Beypazarı mimari dokusu (konaklar, evler, sokaklar) Beypazarı'na özü değer olarak görülmüştür. İkinci sırada %65,2 ile tarımsal yapı ve yöresel ürünler (kuru, sucuk, havuç lokumu, yemekler) yer alırken, Beypazarı'nın han, cami, türbe, çeşme gibi tarihi değerleri %53,6 ile üçüncü sırada yer almıştır. Geleneksel Beypazarı kültürü ve yaşam tarzını temsil eden oyun, düğün, eğlence, el sanatları gibi değerler %44,6 ile dördüncü sırada gelmiştir. Beypazarı'nın doğal kaynak değerleri olan İnözü Vadisi, Karaşar-Eğriova Yaylası, Tekkedağı, Kuş Cenneti, Karagöl gibi doğal alanlar %32,2 ile beşinci sırada yer alırken, bitki örtüsü ve yabani yaşam (yırtıcı kuşlar, bozkır bitkileri) %14,9 ile son sırada yer almıştır. Tabloya baktığımızda sosyo kültürel değerlerin daha ön planda olduğu görülmektedir. Ancak doğal kaynak değerleri ile bitki örtüsü ve yabani yaşamın açısından Beypazarı'nın zengin kaynaklarının ziyaretçilerce yeterince bilinmediği ve değerlendirilmediği anlaşılmaktadır.

Tablo-14: Beypazarı'na yönelik turistik ziyaretlerin teması

	Tercih	Tercih kullanmama	Toplam	Tercih %
Geleneksel mimari ve yerleşim	1017	408	1425	71,4
Yöresel yemekler	933	492	1425	65,5
Tarihi değerler	645	780	1425	45,3
Geleneksel yaşam kültürü	550	875	1425	38,6
El sanatları	479	946	1425	33,6
Tercih puanı (%70,69)	3624			
Doğal çevre, flora ve fauna (İnözü Vadisi, yabani kuşlar, Kuş Cenneti)	390	1035	1425	27,4
Tercih puanı (%7,60)	390			
Tarımsal ürünler	350	1075	1425	24,6
Yerel Halkın tutumu	290	1135	1425	20,4
Esnafın tutumu	240	1185	1425	16,8
Ulaşım kolaylığı	228	1197	1425	16
Tercih puanı (%21,71)	1109			
Toplam tercih puanı (%100)	5126			

Ziyaretlerin ana tema özellikleri:

Kültürel özellikler	<input type="checkbox"/> Geleneksel mimari ve yerleşim, <input type="checkbox"/> Tarihi değerler, <input type="checkbox"/> Geleneksel yaşam kültürü, <input type="checkbox"/> El sanatları.
Doğal özellikler	<input type="checkbox"/> Doğal çevre (İnözü Vadisi, Eğriova Yaylası, Tekkedağı, Kuş Cenneti), <input type="checkbox"/> Flora, <input type="checkbox"/> Fauna (yaban hayatı, yabani kuşlar, yırtıcılar),
Diğer özellikler	<input type="checkbox"/> Tarımsal ürünler, <input type="checkbox"/> Yerel halkın tutumu, <input type="checkbox"/> Esnafın tutumu, <input type="checkbox"/> Ulaşım kolaylığı, <input type="checkbox"/> Diğer.

Konularıyla ilgili sorular sorulmuştur. Verilen 5.126 kişinin tercih etmiş olduğu puan değerindeki yanıtta kültürel özelliklere ait yanıtların toplamı 3.624 puandır. Bunun toplam içindeki oranı %70.69'dur. Bu oran ziyaretçilerin Beypazarı ziyaretlerindeki ana temanın kültürel özellikler olduğunu ortaya koymakta ve "H2: Beypazarı'na yönelik turistik ziyaretlerin ana temasında kültürel turizm vardır" hipotezini desteklemektedir. İlçeyi ziyaret edenler temel ekseninde kültürel turistlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmada, Beypazarı'nın var olan turizm potansiyelini sürdürülebilir hale getirmede önemli bir unsur olan turizm sektörünün bir bölgede etkili olan ekonomik, sosyal, kültürel etkilerini, Beypazarı'na gelen ziyaretçilerin değerlendirmeleri açısından ortaya konmuştur. Mevcut sorunların tespit edilmesi ve alandaki turizm varlığının sürdürülebilirliği için çözüm önerileri geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç için Beypazarı'na gelen ziyaretçilere çeşitli sorular yöneltilerek, görüşler alınmıştır.

Kültürel turizm, kalkınma planlarında sıklıkla bahsedilen ve geliştirilmesi öncelikli turizm türlerinden birisidir. Beypazarı, sahip olduğu kültürel değerlerle ziyaretçilerin ilgisini çekmekte ve kültürel çekicilik bölgeyi ziyaret etme nedenlerinin başında gelmektedir. Bir yörenin sahip olduğu kültürel motifler turizm açısından doğal bir çekicilik olarak kabul edilir. Ziyaretçilere sorulan Beypazarı'nı çekici kılan özelliklerin neler olduğu sorusuna kültürel özelliklerin ağırlığı ön planda gelmiştir. Nitekim toplam tercih puanı olan 1002,6'lık tercih puanının

897,4'lük (%89,5) kısmını kültürel öğeler (geleneksel mimari ve yerleşim, yöresel yemekler, tarihi değerler, geleneksel yaşam kültürü, el sanatları) (Tablo-9,13,14) ilk başta oluşturmuştur. Bu durum ziyaretçilerin Beypazarı'nı kültürel özellikleriyle tanıdıkları ve ziyaret ettiklerini göstermektedir.

Beypazarı tarihi ve kültürel değerler bakımından zengin özelliklere sahip olmasının yanında eşsiz doğal özellikleri, tarım ürünleri bakımından da önemli potansiyele sahiptir. Bu özellikleriyle eko turizm, kırsal turizm ve termal turizm gibi alternatif turizm imkanlarının geliştirilmesiyle Türkiye'de alternatif turizme örnek olabilecek bir ilçedir. Ancak halihazırda bu potansiyelini harekete geçiremediği görülmektedir.

Beypazarı'nı ziyaret eden ziyaretçilerin cinsiyet profiline bakıldığında %57,1 oranıyla kadınların daha çok tercih ettiği görülmektedir. Nitekim dünya genelinde yapılan araştırmalarda da kültürel tüketim ve kültürel aktivitelere katılım konusunda kadınların daha eğilimli oldukları ortaya çıkmaktadır. Beypazarı'ndaki durum grup organizasyonlarındaki katılımlara kadınların daha fazla rağbet göstermeleri etkili olmaktadır. Ancak, ziyaretçilerin Beypazarı'na yönelik gezi organizasyonlarını incelediğimizde seyahat acentesi organizasyonlarının (Tablo-6) %14,7'lik bir paya sahip olduğunu ve bunun da son derece düşük olduğunu söyleyebiliriz. İlçeye yönelik seyahat acente organizasyonlarının artırılması önemlidir. Toplu ulaşım aracı kullanıldığı için çevreye daha az zarar vermesi, daha fazla tüketiciye ulaşması, konaklamayı içermesi gibi nedenlerle seyahat acente organizasyonlarının geliştirilmesi Beypazarı turizmi için daha faydalı olacaktır.

Ziyaretçilerin Beypazarı ziyaretleri 18-65 yaş aralığında (%95,3) gerçekleşmektedir. 18-65 yaş aralığındaki hemen her kesime hitap etmesi ve ziyaretçilerin geniş bir alandan gelmesi avantajlı bir durumdur. Ancak 18 yaş altı ile 65 yaşın üzerindeki kesime hitap edememesi ayrıca incelenmesi gereken bir durumdur. Yerel kültürü tanıma, bölgeye özgü yemekleri tatma, konakları, müzeleri ziyaret etme gibi etkinlikleri içeren turizm çeşidi 18 yaş civarı gençler için eğlenceli olmayabilmektedir. Ancak 18 yaş civarı gençlerin ilgisini çekebilecek etkinliklerin fazla varlık gösterememesi oranın düşük çıkmasına neden olmuştur. Nitekim ziyaretçilere sorulan altyapı ve çevre sorununa yönelik sorunlarda (Tablo-12) ziyaretçiler, turistik aktivitelerin çeşit yetersizliğinde çocuklara ve gençlere yönelik aktivitelerin yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. Üçüncü yaş grubu ile gençlere ve çocuklara yönelik şu düzenlemeler yapılabilir:

Üçüncü yaş grubu için öneriler:

- Ulaşım ve gezi güzergâhlarının düzenlenmesi. Yaşlıların ilçede daha rahat gezebilmeleri için golf arabaları kullanılarak gezmeleri sağlanabilir. Küçük araçlarla sokak ve mahalle aralarında rahat gezi imkânı yaratılabilir.

- Tarihi konak ve evlerin manzara bütünlüğü içinde caddelere “monoray” olarak tabir edilen demiryolu hattı döşenerek çevre dostu elektrikli araçlarla gezme ve ulaşma imkânı sağlanabilir.

Gençlere yönelik öneriler:

- Gençlerin aktif katılımını gerektiren fotoğraf çekme organizasyonları, yön bulma (orienteering) yarışmaları, sokak gösterileri (müzik, dans), pop kültür etkinlikleri gibi etkinlikler düzenlenebilir.

Çocuklara yönelik öneriler:

- Uygulamalı çocuk müzelerinin kurulması. Elektronik devir öncesi (tablet, cep telefonu, bilgisayar) çocukların oynadığı oyunlar ve oyuncaklar derlenerek çocuk müzesinde çocukların aktif katılımıyla oyunları canlandırması ve oyuncaklarla oynaması sağlanabilir. İsteyen çocuklara kendi oyuncaklarını yapması için kurslar verilebilir.

Gelir yönünden incelendiğinde ziyaretçilerin %73,1 (Tablo-2) oranıyla düşük gelire sahip olduğu görülmektedir. Orta ve yüksek gelire hitap edecek nitelikli ürün ve hizmet üretmesi Beypazarı turizminin geleceği yönünden daha faydalı olacaktır.

Beypazarı’ni ziyaret eden ziyaretçilerin genel seyahat tercihlerine bakıldığında geleneksel yaşam tarzı olan yerleri öncelikle tercih ettiği görülmektedir. Bununla birlikte deniz turizmi, ormanlık alanlar ile kent çevresindeki park ve dinlenme yerlerine yönelik ziyaretleri de tercih ettikleri görülmektedir. Bu durum gerekli yatırımlar yapıldığında, değişik tatil tercihlerine sahip ziyaretçilerin Beypazarı’na yönelik talebe devamlılık sağlayabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Turistik bir ürünün veya hizmetin aynı müşteriye ikinci kez satışını gerçekleştirebilmek için üründe veya hizmette mutlaka farklılık yaratmak gerekmektedir. Bu farklılık, ürünün fiziksel niteliklerinde yapılabileceği gibi ürünü kullanım sonucu oluşan duygularda da farklılık oluşturulabilir. Beypazarı ilçesine yönelik ziyaretçilerin ziyaret sıklığı incelendiğinde (Tablo-4), Beypazarı’na yönelik ziyaret sıklığı büyük oranda (%56,5) ilk kez gerçekleştiği görülmektedir. Bunun durum Beypazarı’nın keşif döneminde olduğunu göstermektedir. Dörtte bir oranın ise ikinci ziyaretlerini gerçekleştirdiği görülmüştür. Ancak özellikle ikinci ziyaretten sonra ziyaretçilerin Beypazarı’ni tekrar ziyaret etme tercihlerinin düştüğü görülmektedir.

Araştırmadan elde edilen bu bulgular, ziyaretçilerin Beypazarı'nı ikinci kez ziyaret etmeye değer bulunduğunu gösterse de, Beypazarı'nın kültürel bir turizm merkezi olarak ürün çeşitlendirmesine gitmesi, var olan ürün ve hizmetlerin niteliğini artırması ve kültürel varlıklarını destekleyecek farklı ilgi alanlarına yönelmesi gerektiği söylenebilir.

Konaklamalar turistik ziyaretlerin gelir yönünden önemli bir bölümünü oluşturmakta ve gelirlerin geniş kitlelere yayılmasında büyük rol oynamaktadır. Beypazarı'na yönelik ziyaretlerin %66,4'ünü konaklamasız gününbirlik ziyaretler oluşturmaktadır. Konaklamasız ziyaretlerin düşük gerçekleşmesi ilçede yeterli ürün çeşitliliğinin olmadığını ve kısa sürede gezildiğini göstermektedir. Yeterli ürün ve hizmet çeşitliliğinin sağlanması Beypazarı'ndaki turizmin geleceği açısından oldukça önemlidir.



KAYNAKLAR

Aklandođlu, F. (2010). Geleneksel Yerleşmelerde Kültür Turizmi: Beypazarı Örneği, *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 10(2), s.125-136.

Arıkan, R. (2000). *Araştırma Teknikleri ve Rapor Yazma*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Avcıkurt, C. (2007). *Turizm Sosyolojisi Turist – Yerel Halk Etkileşimi*, Ankara, Detay Yayını.

Berber, Ş., Ünüvar, Ş. (2000). Dünya Turizminde Gelişme Eğilimleri İçerisinde Kültür Turizminin Yeri: Konya İli Örneği. T. T. Enstitüsü (Dü.), *1. Ulusal Türkiye Turizmi Sempozyumu* içinde (s. 312). İzmir: Türkiye Turizmini Araştırma Enstitüsü.

Çalık, A.Ö. (2014). Turistik Merkezlerin Sosyal Taşıma Kapasitesi: Beypazarı Örneği, *Basılmamış Doktora Tezi*, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı.

Çetin, T. (2009). Beypazarı'nda Turist-Yerli Halk Etkileşimi ve Turizmin Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri, *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 9(1), s. 15-32.

Esin, A., M.A. Bakır, Aydın, C., Gürbüzel, E. (2001). *Temel Örnekleme Yöntemleri* (Taro Yamane'den Çeviri), Literatür Yayınları, İstanbul.

Kervankıran, İ. (2014). Beypazarı/Ankara Örneğinde Turizmin Ekonomik, Toplumsal ve Çevresel Etkilerine Yerel Halkın Yaklaşımı, *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31, ss. 133-153.

Kurt, İ.B. (2009), Beypazarı İlçesinde Kırsal Turizm, Ankara Üniversitesi, *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Özşen, Z.S, Köksal, Y, Demirtaş, N. (2017). Beypazarı Halkının Turizmin Ekonomik Etkileri Üzerine Algısı, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 59, Kasım 2017, s. 439-456

Poyraz, Z. (20018). Beypazarı Belediyesi, Kültür ve Sosyal İşler Müdürü.

Richards, G. (2001). Cultural Tourists or a Culture of Tourism: Developments in the Avropean Cultural Tourism Market. (J. Bitcher) *Innovations in Cultural Tourism*, 1-9.

Ryan, C. (1995). *Researching Tourist Satisfaction Issues, Concepts, Problems*. London: Routledge.

Toprak, L. (2015). Mardin’de Halkın Turizm Algısı, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:14, Sayı:54, ss. 201-218.

Uslu, A., Kiper, T. (2006). Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(3), s.305-314.



Türkiye’de Akdeniz Bölgesi Limon Üretici Fiyatları İle Başlıca Tüketim Merkezleri Tüketici Fiyatları Arasındaki İlişki: Tek Fiyat Kanunu- Var Model Analizi

Erkan AKTAŞ⁶⁵

Aynur KARAÇOBAN⁶⁶

Kübra MAKCA⁶⁷

ÖZET

Türkiye’de bilenen en ekşi narenciyemiz olan limonda önemli üretici iller olan Adana, Mersin, Antalya ve önemli tüketici iller olan İstanbul ve Ankara illerinde limon fiyatları arasındaki ilişkiler incelenerek söz konusu fiyatlar arasındaki etki-tepki olup olmadığı Vektör Oto Regresyon (VAR) analiziyle test edilmektedir. Ek olarak kriz bağımsız değişkenin ve ihracat bağımsız değişkenin bu illerde hangisi için anlamlı olup olmadığı incelenmektedir. Bu çalışmada kullanılan veriler, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)’ten sağlanan 2005-2016 dönemine ait limon üretici illeri olan Adana, Mersin, Antalya ve tüketici illeri olan İstanbul ve Ankara limon fiyat serilerinden oluşmaktadır. Analizde 4’er aylık limon reel fiyatları (Kasım, Aralık, Ocak, Şubat) baz alınmaktadır. Sonuç olarak, limon piyasasında VAR model üretici il olan Mersin’in lider durumunda olduğunu ve tüketici illerden de İstanbul ilinin fiyatlarda belirleyici olduğu belirlenmektedir. Tüketici il olan Ankara’nın sadece Adana fiyatları üzerindeki etkisi bulunmaktadır. Diğer illerin fiyatlardaki etkisi bulunmamaktadır. Ek olarak incelenen kriz bağımsız değişkeni İstanbul ili için anlamlı, ihracat bağımsız değişkeni ise Adana için anlamlı bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: VAR model, Limon, Tek fiyat kanunu, Türkiye.

⁶⁵ Doç. Dr. Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Mersin-Türkiye, aktaserkan@gmail.com

⁶⁶ Yüksek Lisans Öğrenci, Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Mersin-Türkiye, aynurkaracoban44@gmail.com

⁶⁷ Yüksek Lisans Öğrenci, Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Mersin-Türkiye, aygorkubra@gmail.com.

Relationships Between Producer Prices of Lemon Mediterranean Region and Retail Price of Important Consumer Centers in Turkey: Test of Market İntegration-Analysing of Var Model

ABSTARCT

Price relationships for lemon which is the most sour citrus in Turkey, among five cities of Turkey, namely Adana, Mersin, Antalya, significant producer cities, and İstanbul, Ankara, significant consumer cities in Turkey, were examined. The relations among prices of different cities were analyzed using Vector Auto Regression (VAR) models. In addition, it has been examined whether the crisis independent variable and the export independent variable are meaningful for these cities. Four month data (November, December, January, February) used are the real price series from 2005 to 2016, obtained from Turkey Statistical Institute (TUIK) for each cities. The real exchange from the Central Bank and the amount of Turkey lemon exports from TUIK, was obtained. As a result, it has been determined that Mersin, which is the producer city of VAR model in lemon market, is a leading market and that consumer prices are determinative of prices of İstanbul. As a result, this study was determined leader cities who determine the lemon price which was Mersin in terms of producer cities and İstanbul in terms of consumer cities. Ankara has only influenced on prices of Adana. There has been no effect on the price of other cities. In addition, the independent variable examined in the crisis has been significant for the city of İstanbul, the export independent variable has found meaningful for Adana.

Keywords: VAR model, Lemon, Test of Market İntegration, Turkey.

1. Giriş

Türkiye'nin sahip olduğu ekolojik şartlar, insan beslenmesinde önemli yere sahip olan sebze-meyve yetiştiriciliği ve çeşitliliği bakımından da önemli üstünlüğe sahiptir (Abak ve diğerleri, 2002). 2016 yılı itibariyle Türkiye 24,4 milyon tonluk üretimi ile dünya sıralamasında dördüncü sırada yer almakta ve dünya yaş sebze üretiminden %2 oranında pay almaktadır (FAO, 2016).

Türkiye için üretim ve ihracat bakımından önemli meyve gruplarından olan turunçgiller, Citrus cinsi içerisinde yer alan; portakal, mandarin, limon, greylort vb gibi ekonomik türleri içeren, taze tüketildiği gibi işlenerek de çeşitli sanayi dallarına (meyve suyu, reçel vb.) hammadde katkısı olan bir meyve grubudur. Turunçgil yetiştiriciliği dünyada olduğu gibi Türkiye'de son yıllarda hızlı bir gelişme sürecine girmektedir. Turunçgil çeşitlerinin anavatanı; Hindistan, Malaya, Güney Doğu Çin, Filipinler, Tayland, Endonezya gibi Asya'nın subtropik bölgelerinde yer alan ülkelerdir (Karahocagil ve ark., 2003). Türkiye de turunçgil yetiştiriciliği bakımından önemli ekolojik avantajlara sahiptir. Özellikle Akdeniz ve Ege sahil kesimi kaliteli sofralık turunçgil üretimi için oldukça elverişli bölgeler olup, bu bölgelerde kaliteli portakal, limon, mandarin ve altıntop yetiştiriciliği yapılmaktadır.

Citrus cinsi içerisinde yer alan limon ise; yetişebilmesi için sıcak ve ılıman iklim özelliği arayan, yaprak dökmeyen, uçucu yağ taşıyan küçük ağaçların meyvesidir (MEGEP, 2008: 3). Limon asitli olması nedeniyle diğer turunçgillerden tüketim yönüyle farklılık göstermektedir. Tek tüketildiği gibi diğer gıdalarla birlikte de tüketilmektedir. Bu nedenle bütün yıl boyunca aranan ve tüketilen yani her zaman arzı söz konusu olan turunçgil türüdür.

Tablo 1.1'de 1961, 1980, 2000 ve 2016 yıllarında ülkelerin limon üretimi, bu ülkelerde üretilen limonun yüzdelik payı ve 1961-2016 yılları arasında ülkelerdeki limon üretiminin kaç kat arttığı gösterilmektedir. 1. Sırada yer alan Hindistan 1961 yılında %15,8'lik paya sahipken 2016 yılında payı %17,2 olduğu ve bu yıllar arasında limon üretiminin 7,18 kat arttığı görülmektedir. 3. sırada yer alan Çin'de limon üretiminin verilen yıllar arasında 508,04 kat artarak ciddi anlamda artış gösterdiği, 9. sırada yer alan İtalya da ise limon üretiminde bir düşüşün olduğu görülmektedir. Dünya limon üretiminde 7. sırada yer alan Türkiye dalgalı bir durum söz konusudur. Türkiye 1961 yılında %2,7'lik, 1980 yılında %5,5'lik, 2000 yılında %4,2'lik ve 2016 yılında %4,9'luk limon üretimine sahip olup 1961-2016 yıllar arası 12,08 kat limon üretiminde artış söz konusudur.

Tablo 1.1: Dünya Limon Üretimi (Ton)

ÜLKELER	1961	%	1980	%	2000	%	2016	%	1961-2016
HİNDİSTAN	415000	15,8	485000	9,4	1491500	13,8	2978000	17,2	7,18
MEKSİKA	122660	4,7	602626	11,7	1661220	15,3	2429839	14	19,81
ÇİN	4586	0,2	25806	0,5	299612	2,8	2329863	13,4	508,04
ARJANTİN	86600	3,3	396000	7,7	1171498	10,8	1678337	9,7	19,38
BREZİLYA	58226	2,2	196130	3,8	577582	5,3	1262353	7,3	21,68
İSPANYA	121000	4,6	336000	6,5	915049	8,4	857754	4,9	7,09
TÜRKİYE	70440	2,7	283000	5,5	460000	4,2	850600	4,9	12,08
ABD	505212	19,3	755690	17,7	762040	7	822000	4,7	1,63
İTALYA	498577	19	697950	13,6	613205	5,7	379282	2,2	0,76
DÜNYA	2619753	100	5136814	100	10829257	100	17347153	100	6,62

Kaynak: Birleşmiş Milletler Tarım Gıda Örgütü (FAO)

Türkiye’de ki illerin 2004-2017 yılları arası limon üretimi verileri incelendiğinde Mersin ili tüm yıllar da limon üretiminde liderliğini korumaktadır. İkinci sırada yer alan ilin ise Adana olduğu görülmektedir (TÜİK).

Ilıman iklime ihtiyaç duyan turunçgil çeşitlerinin, yurdumuzda subtropik iklime en fazla sahip olan özellikle ilk sırada yer alan Akdeniz Bölgesinde ikinci sıra olarak Ege Bölgesinde yetiştiriciliği yapılmakta, bunun yanında az da olsa Marmara ve Doğu Karadeniz Bölgeleri’nde de üretimi gerçekleştirilmektedir (Uysal & Platöz, 2017: 6). Türkiye 2016 yılında yaklaşık 51 milyon ton yaş meyve ve sebze üretim miktarı ile önemli bir üretici ülke konumunda yer almaktadır (TÜİK, 2017). Tarım ürünleri ihracatı içerisinde ise %12 pay alan yaş meyve sebze ürünlerinin yaklaşık %5’ini turunçgiller oluşturmaktadır. Yaş meyve sebze ihracatı içerisinde ise turunçgillerin payı yaklaşık %44 düzeyindedir (TİM, 2017).

Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği (2017) Yaş Meyve ve Sebze Sektörü Türkiye Geneli Değerlendirme Raporuna göre, Türkiye geneli narenciye ihracatında en yüksek değere sahip narenciye limondur. Türkiye’de limon ihracatında en büyük paya sahip ilk 5 il ise, Hatay, Mersin, Trabzon, Antalya ve Adana olarak sıralanmaktadır (FOB 2016).

Dünya’da limon ihracat durumu ise aşağıda yer alan tablo 1.2’de gösterilmektedir. Tabloda %90’a yakın paya sahip olan 11 ülke ve %23,42 payla 1. sırada İspanya’nın yer aldığı

görülmektedir. Ülkeler arasında Türkiye'nin dünya limon ihracatında ki yeri ise, %8,7'lik pay ile 4. sıradır.

Tablo 1.2: Dünya'da 2016 Yılı Limon İhracatı (%)

	ÜLKELER	%
1	İSPANYA	23.42
2	MEKSİKA	12.90
3	HOLLANDA	11.14
4	TÜRKİYE	8.70
5	ARJANTİN	8.27
6	GÜNEY AFRİKA	7.57
7	ABD	5.95
8	ŞİLİ	3.30
9	ÇİN	2.95
10	BREZİLYA	2.57
11	İTALYA	2.31

Kaynak: Birleşmiş Milletler Tarım Gıda Örgütü (FAO)

Çalışmanın amacı; Türkiye limon üretim ve ihracatında önemli üretici iller olan Adana, Mersin, Antalya üretici fiyatları ile tüketici illerinden İstanbul ve Ankara limon fiyatlarının etkisini incelenmektedir. Bu ilişkide limon fiyatının belirlenmesinde üretici ilin mi yoksa tüketici ilin mi etkili olduğunu tespit etmektir. Bu kapsamda, özellikle, söz konusu fiyatlar açısından iller arasında pazar entegrasyonunun mevcut olup olmadığı test edilmekte ve mevcut olması halinde entegrasyonun düzeyi belirlenmeye çalışılmaktadır. Çalışmada limon yıllık reel fiyatlandırılmasında aynı mallar için tek bir fiyatın oluşacağını öne süren kanun olan tek fiyat kanunu geçerli mi yoksa bu fiyatlandırmayı lider bir il mi yapmaktadır sorusuna cevap aranmaktadır.

2. Meteryal ve Yöntem

2.1 Materyal:

Bu çalışmada kullanılan veriler, Türkiye İstatistik Kurumundan sağlanan 2005-2016 dönemine ait limon üretici illeri olan Adana, Mersin, Antalya ve tüketici illeri olan İstanbul ve Ankara limon fiyat serilerinden oluşmaktadır.

2.2 Yöntem:

Yöntem ile ilgili literatür karşılaştırması yapılacak olursa; Mutlu, Aktaş ve Karahan (2004), Akdeniz bölgesi ve başlıca tüketim merkezlerinde yaş meyve ve sebze perakende fiyatları arasındaki ilişkileri analiz etmek için yapmış oldukları çalışmalarında VAR (Vektör Oto Regresyon) modelleri kullanılmaktadır. Çalışmalarında 1994-2004 dönemine ait limonda lider market konumunda olan iller incelenmekte ayrıca pazar entegrasyon düzeyleri araştırılmaktadır. Makalede kullanılan yöntem bu makalede kullanılan VAR modeli ile aynıdır. Piyasa etkinliğinin koşullarından olan, fiyat geçişkenliği ve pazar entegrasyonunun düzeyi ise Fiyat İlişkilerinin Dinamik Analizi yöntemi (Ravallion, 1986) ile saptanmaktadır. Çalışmada kullanılan değişkenler, logaritmik olarak ifade edilmekte olup modelleme çalışmasına başlamadan önce, birim kök testi ile serilerin durağan olup olmadıkları incelenmektedir (Mutlu, Aktaş ve Karahan, 2004a: 2).

Türkiye'nin başlıca limon üretici ve tüketici illeri baz alınarak limon fiyatları arasındaki ilişki VAR (Vektör Oto Regresyon) modelleri kullanılarak tahmin edilmiştir. İllerdeki limon fiyatlarında meydana gelen bir standart sapmalılık değişimde, farklı illerdeki tepkiyi görebilmek için Var model ile sınırlandırılmaktadır. Çünkü limon fiyatlarındaki şokların iller üzerindeki etkisi VAR modelinden elde edilen etki tepki fonksiyonu ile görülebilmektedir. VAR modelin veri setine en uygun yöntem olduğu belirlenmiştir.

Aylık üretici fiyat serileri 1994 yılı baz alınarak Tüfe yardımıyla reel hale getirildi. Tüketici fiyatları TÜİK'te reel halde olduğu için modele olduğu gibi dahil edildi. Analizde 4'er aylık limon reel fiyatları (Kasım, Aralık, Ocak, Şubat) baz alınmıştır. Çalışmada kullanılan değişkenler, logaritmik olarak ifade edilmiştir. Modellemeye başlamadan önce, birim kök testi ile serilerin durağan olup olmadıklarına bakılmıştır.

2.2.1. VAR Modeli

Ele alınan hem üretim hem de tüketim merkezlerine ait reel limon fiyatlarının, dolayısıyla yerel pazarların arasındaki ilişkileri analiz etmek, herhangi bir piyasanın fiyatlarında meydana gelecek değişimlerin, diğer piyasalardaki fiyatlara yapacağı etkinin zamana yayılımını ortaya koyabilmek için VAR modelden yararlanılmaktadır. Eşanlı denklem sistemlerinin özel bir hali olan VAR modeli, yapısal ekonometrik modellerde içsel ve dışsal değişkenlerin seçiminin öznel kararlara konu olması sorununu aşmak amacıyla Sims (1980) tarafından geliştirilmektedir. VAR model aracılığı ile hesaplanan etki-tepki fonksiyonları (impulse-

response function) (IRF), sistemdeki bağımlı değişkenlerin, denklemlerin hata terimlerinde meydana gelen şoklara tepkisini ölçmek olarak sağlamaktadır. Şok değişme hata terimlerinde 1 standart sapmalık değişmeyi ifade etmektedir (Mutlu, Aktaş ve Karahan, 2004a: 2).

2.2.2. Tek Fiyat Kanunu

Tek Fiyat Kanununun geçerliliğine ilişkin ilk çalışma Isard (1977) tarafından yapılmaktadır. Isard'ın bu çalışmasında birçok ülkedeki çok sayıda ticarete konu olan mal temel alınarak Tek Fiyat Kanunundan kalıcı ve büyük bir sapmanın olduğuna dair güçlü bulgular elde edilmektedir. Peter Isard bu sapmanın temel nedeni olarak döviz kurlarının birbirleriyle olan yüksek korelasyonundan kaynaklandığını öne sürmektedir.

Literatürde ampirik çalışmaların çoğu tek fiyat kanununun geçersizliğini kabul etmektedir (Engel ve Rogers, 2001: 24). Geçersizliğini savunanlar ticarete konu olan malları ikiye ayrılmaktadır. Bunlar; ihraç edilen ve edilmeyen mallardır. Tek fiyat kanununun geçerliliği için bu malların dış ticareti yapılabilen mallar olması gerekmektedir.

Parsley ve Wei (1996) ile Engel ve Rogers (1996), yapmış oldukları benzer çalışmalarında, sınır etkisi olarak belirttikleri etki ile Tek Fiyat Kanununda meydana gelen sapmaları açıklanmaktadır. Bu yaklaşıma göre; komşu olan iki ülkenin yakın iki şehinde bulunan, aynı homojen bir maldan bahsedilmektedir. Bu mal, ülkelerin kendi içinde fakat daha uzak şehirlere göre daha yüksek bir fiyat farkına göre satılmaktadır. Siyasi sınır bulunmasından kaynaklanan bu fark ve sınırların kalkmasına neden olacak serbest ticaret rejimi fiyat farklarını ortadan kalkmasına olanak sağlamaktadır.

Lamont ve Thaler (2003), tek fiyat kanununun geçersiz olduğunu belirterek aynı iki ürünün farklı olduğuna dair yanlış algılamalar olabileceğini ve arbitraj olanağının önünde bazı engeller bulunabileceğini ifade etmektedir (Lamont ve Thaler 'dan aktaran Öztürk, 2013:8). Arbitraj, farklı piyasalarda aynı varlıklar için aynı zamanda oluşan fiyat değişikliklerinden yararlanılmak amacıyla, varlıkların fiyatlarının düşük olduğu piyasalardan alınıp, yüksek olduğu piyasalarda satılması olarak tanımlanmaktadır. Arbitrajın gerçekleştirilmesindeki temel amaç, varlıkların fiyatlarında meydana gelen değişmelerden hem yararlanmak hem de risksiz kazanç elde edebilmektir. (Çakır, 2012: 34)

Tek fiyat kanununun sapmalar meydana getireceğinden bahseden iktisatçılar da bulunmaktadır. Dixit (1989), Krugman (1989: 36-44), O'Connell ve Wei (2002) çalışmalarında piyasalarda arbitraj olanağı kovalamanın döviz kurlarında eşik (threshold) adı verilen bir etkiye yol açtığını ve bu etkinin de "sapmalar" meydana getireceğini belirtmektedir (Dixit, Krugman, O'Connell ve Wei'den aktaran Gözgör, 2015a: 25).

Rogoff vd. (2001), tek fiyat kanununun geçerliliğine ilişkin yapılan çalışmalarında, 14. yüzyıl ile 20. yüzyıl arası İngiltere ve Hollanda döviz kuru verileri kullanılmaktadır. Çalışma sonucunda birçok rejim

değişikliğine rağmen döviz kurlarındaki volatilitenin (oyunaklılığı) durağan olduğu görülmektedir. Bu durumun uluslararası kurumların olmadığı dönemde, Tek Fiyat Kanununun geçerli olabileceği sonucuna ulaşılmaktadır (Göçgör, 2015b: 25).

3.Bulgular ve Analiz

Modelleme çalışmasına başlamadan önce, birim kök testi ile serilerin durağan olup olmadıkları incelenmiştir. Analizde ideal gecikme 1 olarak bulunmuştur. Vektör otoregresyon tahmini analizine kriz dönemleri ve Türkiye limon yıllık ihracat miktarı dahil edilmiştir. Kriz bağımsız değişkeni İstanbul ili için anlamlı, ihracat bağımsız değişkeni ise Adana için anlamlı bulunmuştur.

Tablo 3: Limon Fiyatları için VAR Model Tahmini

	İstanbul	Ankara	Mersin	Antalya	Adana
C	0.067568 [1.03658]	0.063984 [1.06658]	-4.904077 [-0.28340]	-4.4055 [-0.22857]	-8.652856 [-0.47006]
İstanbul (-1)	0.475771 [0.99368]	0.986858 [2.23955]	40.55905 [0.31909]	4.686000 [0.03310]	50.60589 [0.37426]
İstanbul (-2)	-0.248569 [-0.49135]	0.152221 [0.32695]	55.07110 [0.41006]	-118.6247 [-0.79302]	-167.4092 [-1.17181]
Ankara (-1)	-0.088164 [-0.15407]	-0.816202 [-1.54983]	55.12800 [0.36289]	54.44111 [0.32175]	99.73768 [0.61718]
Ankara (-2)	0.073549 [0.12915]	-0.426681 [-0.81410]	-68.80516 [-0.45510]	144.6754 [0.85915]	62.98432 [0.39163]
Mersin (-1)	0.001121 [1.17470]	0.001407 [1.60260]	-0.204621 [-0.80797]	0.807828 [2.86382]	-0.114973 [-0.42677]
Mersin (-2)	0.001345 [1.19209]	0.001622 [1.56160]	0.304689 [1.01705]	0.268845 [0.80570]	1.093916 [3.43261]
Antalya (-1)	-0.001501 [-1.46673]	-0.001262 [-1.33963]	-0.420063 [-1.54633]	-0.814551 [-2.69210]	-0.537657 [-1.86057]
Antalya (-2)	1.01E-05 [0.01005]	7.98E-05 [0.08594]	-0.367631 [-1.37286]	-0.230468 [-0.77270]	-0.223162 [-0.78341]
Adana (-1)	-0.000253 [-0.39971]	-0.000298 [-0.51194]	0.197030 [1.17244]	-0.090069 [-0.48119]	-0.013771 [-0.07703]
Adana (-2)	7.94E-05 [0.13155]	-0.000149 [-0.26753]	0.166104 [1.03610]	-0.096256 [-0.53906]	-0.27481 [-1.61141]
Kriz	-0.438808 [-1.65332]	-0.372557 [-1.52523]	-39.99297 [-0.56760]	-58.5136 [-0.74559]	-18.63002 [-0.24856]
İhracat	0.184266 [0.96369]	0.168244 [0.95606]	58.45130 [1.15148]	66.44332 [1.17517]	89.03243 [1.64879]
R ²	0.338517	0.383510	0.257672	0.365334	0.526829

Düzeltilmiş R ²	0.055024	0.119300	-0.060468	0.093335	0.324042
Log Likelihood		-651.0639			
Akaike AIC		34.92995			
Schwarz SC		37.64658			

Parantez içinde belirtilenler t istatistik değerleridir.

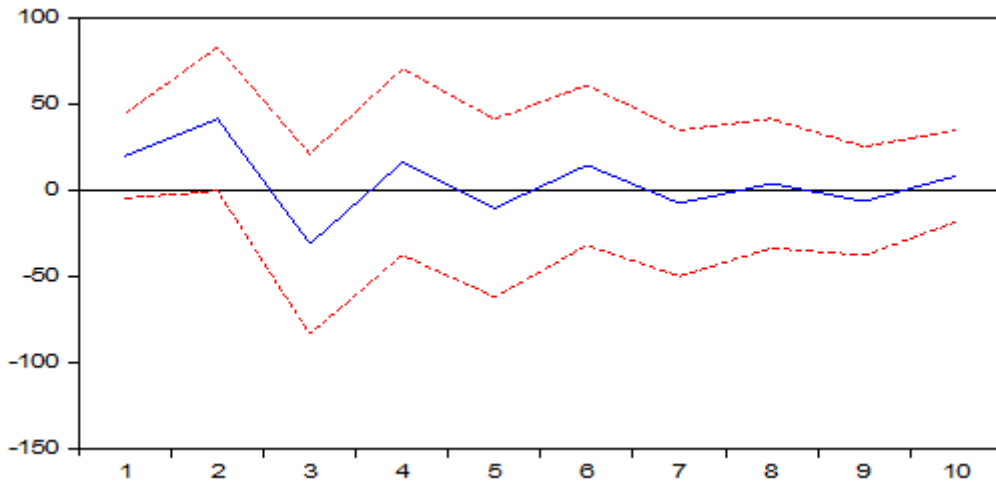
3.1 Etki Tepki Analizi

Etki-tepki analizi bir değişkende meydana gelecek rastgele bir şokun sistemdeki diğer değişkenler üzerindeki etkisini analiz etmektedir (Barışık & Kesikoğlu, 2006: 69). Bu araştırmada Mersin, Antalya ve Adana limon üretici illeri ve İstanbul, Ankara limon tüketici illeri arasında etki –tepki analizi yapılmakta ve limon fiyatlandırmasında hangi ilin diğer illeri etkilediği ve belirleyici olacağı incelenmektedir. Aşağıdaki sonuçlar bulunmakta olup, etkileyen iller daha detaylı olarak grafiklerle belirtilip yorumlanmaktadır.

Var modelden elde edilen etki-tepki (impulseresponse) fonksiyonlarına göre, çeşitli illerdeki limon fiyatlarında bir standart sapmalılık değişime, farklı illerdeki tepki aşağıda grafikler yer almaktadır.

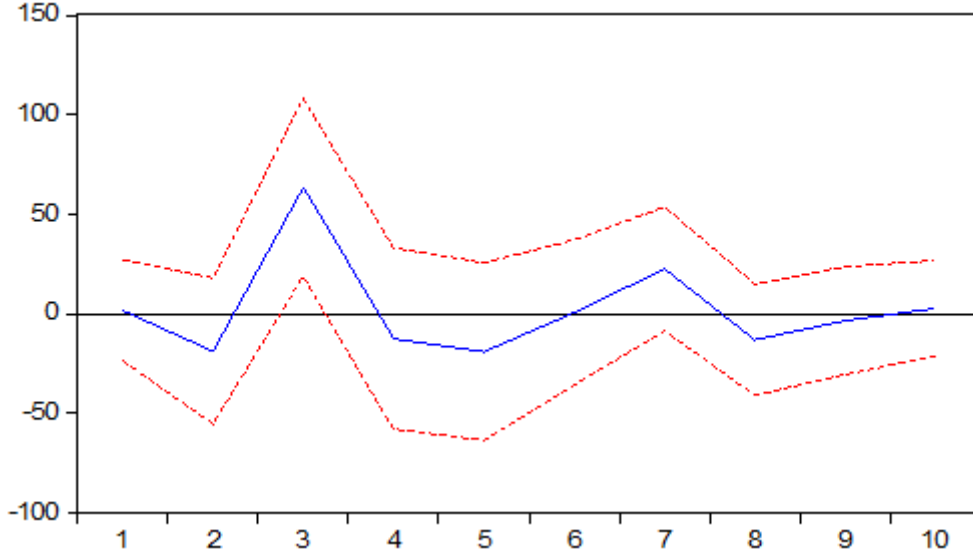
Grafikler genel anlamda değerlendirildiğinde Mersin üretici ilinin ve İstanbul tüketici ilinin limon fiyatlandırmasında diğer illere göre daha belirleyici olduğu belirlenmiştir. Tüketici il olan Ankara'nın limon fiyatları ise sadece Adana ilinin limon fiyatlarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Grafik 3.1.1. Mersin İli Üretici Fiyatlarının Antalya İlinin Limon Fiyatlarına Etkisi



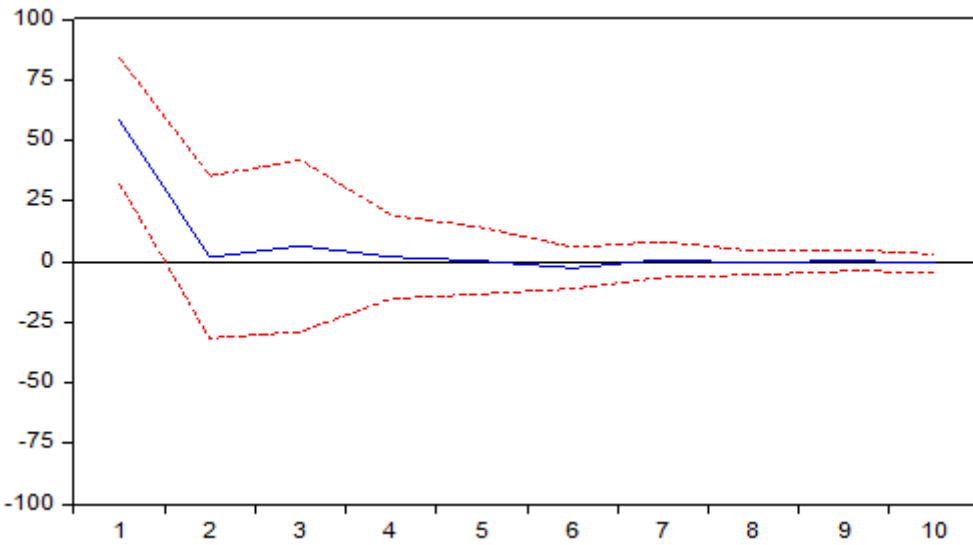
Mersin ili üretici fiyatlarındaki 1 standart sapmalılık değişim Antalya ilindeki fiyatları bir yıl etkilemektedir.

Grafik 3.1.2. Mersin İli Üretici Fiyatlarının Adana İlinin Limon Fiyatlarına Etkisi



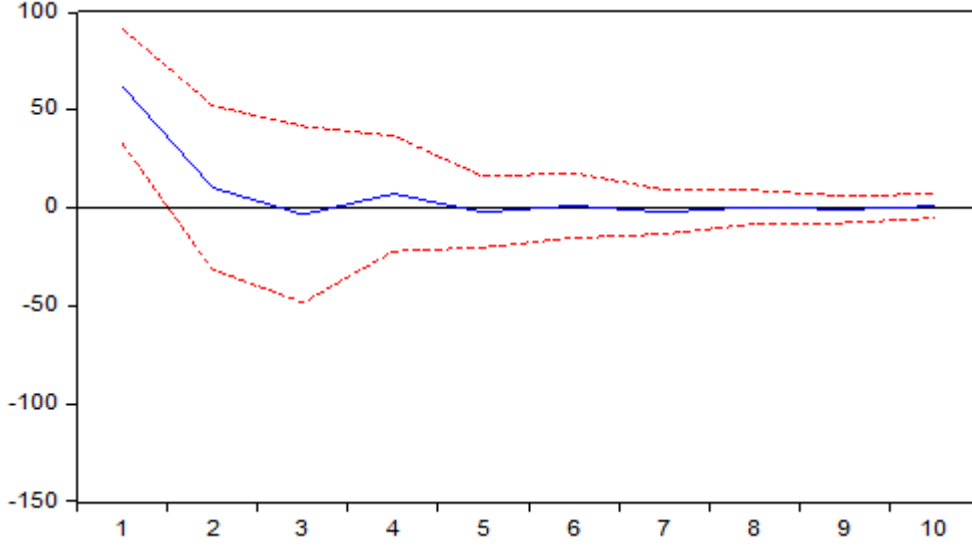
Mersin ili üretici fiyatlarındaki 1 standart sapmalılık değişim Adana ilindeki fiyatları bir yıl etkilemektedir.

Grafik 3.1.3. İstanbul İli Tüketici Fiyatlarının Mersin İlinin Limon Fiyatlarına Etkisi



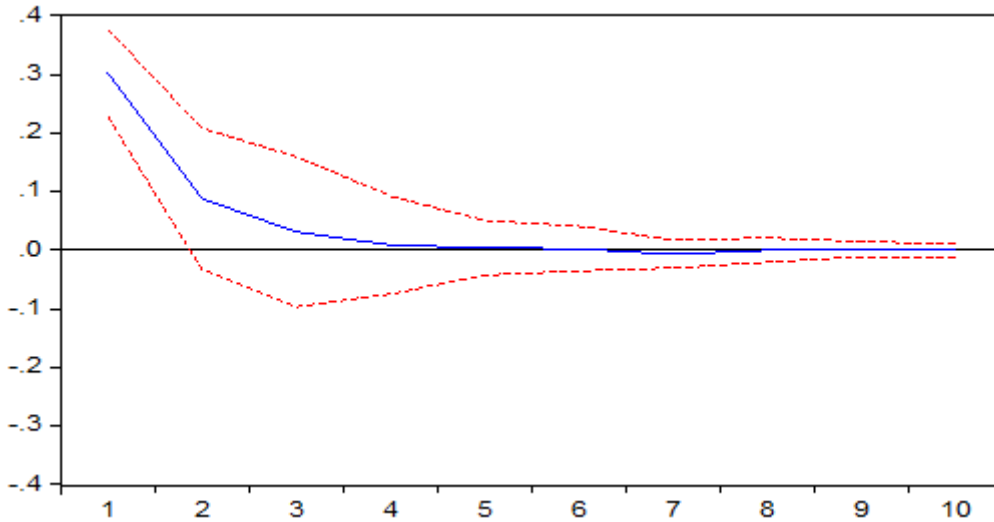
İstanbul ili tüketici fiyatlarındaki 1 standart sapmalılık değişim Mersin ilindeki fiyatları bir yıl etkilemektedir.

Grafik 3.1.4. İstanbul İli Tüketici Fiyatlarının Antalya İlinin Limon Fiyatlarına Etkisi



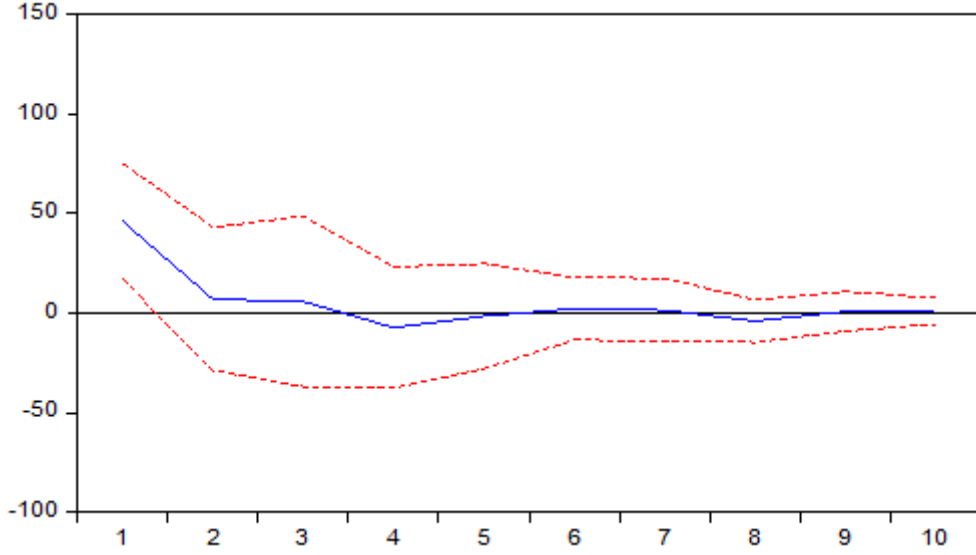
İstanbul ili tüketici fiyatlarındaki 1 standart sapmalılık değişim Antalya ilindeki fiyatları 1 yıl etkilemektedir.

Grafik 3.1.5. İstanbul İli Tüketici Fiyatlarının Ankara İlinin Limon Fiyatlarına Etkisi



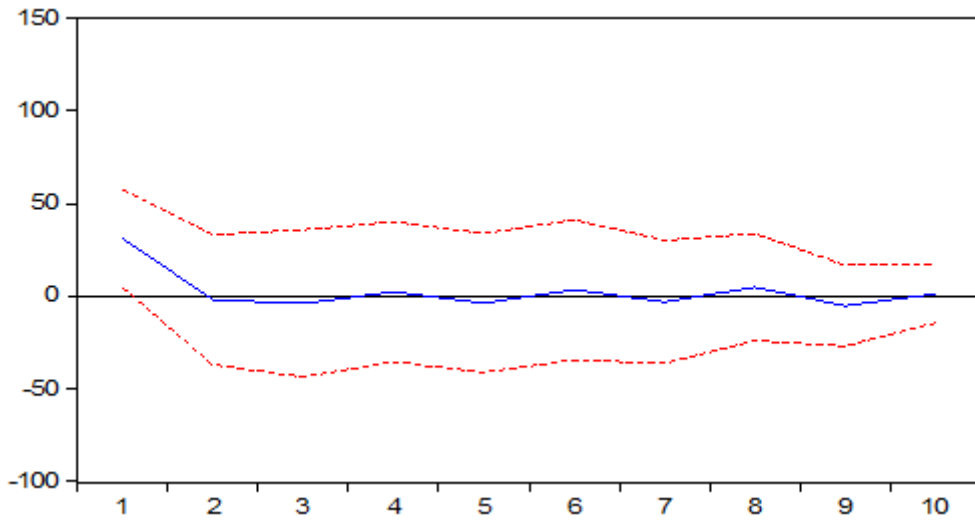
İstanbul ili tüketici fiyatlarındaki 1 standart sapmalılık değişim Ankara ilindeki fiyatları iki yıl etkilemektedir.

Grafik 3.1.6. İstanbul İli Tüketici Fiyatlarının Adana İlinin Limon Fiyatlarına Etkisi



İstanbul ili tüketici fiyatlarındaki 1 standart sapmalılık değişim Adana ilindeki fiyatları bir yıl etkilemektedir.

Grafik 3.1.7. Ankara İli Tüketici Fiyatlarının Adana İlinin Limon Fiyatlarına Etkisi



Ankara ili tüketici fiyatlarındaki 1 standart sapmalılık değişim Adana ilindeki fiyatları bir yıldan az etkilemektedir.

4.Sonuç

Türkiye’de bilenen en ekşi narenciyemiz olan limonda önemli üretici iller olan Adana, Mersin, Antalya ve önemli tüketici iller olan İstanbul ve Ankara illerinde limon fiyatları arasındaki ilişkiler incelenerek söz konusu fiyatlar arasındaki etki-tepki olup olmadığı Vektör Oto Regresyon (VAR) analiziyle test edilmiştir. Ek olarak kriz bağımsız değişkenin ve ihracat bağımsız değişkenin bu illerde hangisi için anlamlı olup olmadığı incelenmiştir. Çalışma, 2005-2016 dönemine ait 4’er aylık limon reel fiyatları (Kasım, Aralık, Ocak, Şubat) baz alınmıştır. VAR analizi sonucunda limon fiyatlarını üretici illerden Mersin ilinin ve tüketici illerden de İstanbul ilinin önemli şekilde etkisi olduğu tahmin edilmiştir. Lider üretici il olan Mersin, Adana ve Antalya illerindeki limon fiyatlarını etkilediği bulunmuştur. Tüketici illerden İstanbul; Mersin, Adana, Antalya ve Ankara illerindeki limon fiyatlarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ankara ili ise sadece Adana ilinin fiyatlarını etkileyebilmiştir. Dışsal olarak modele dahil edilen kriz bağımsız değişkeni, İstanbul ili için anlamlı, ihracat bağımsız değişkeni ise Adana için anlamlı bulunmuştur.

Bu çalışmada da limon yıllık reel fiyatlandırılmasında tek fiyat kanununun geçerli olmadığı ve limonda fiyatlandırmayı tüketimde lider il olan İstanbul’un belirlediği tahmin edilmektedir. Üretici iller arasında da tek fiyat kanununun geçerli olmadığı ve limonda fiyatlandırmayı üretimde lider olan Mersin’in belirlediği tahmin edilmektedir. Bu iki il karşılaştırıldığında ise tüketim merkezi İstanbul’un üretici il olan Mersin’deki fiyatları da etkilediği tahmin edilmektedir.

Bu çalışmayla birlikte, Türkiye’de limon fiyatında üretici iller değil de tüketici illerin belirleyici olduğu tahmin edilmektedir. Özellikle Mersin ilinde turunçgile dayalı fabrika yatırımlarının artması, Mersin ilini üretimde olduğu gibi tüketimde de önemli konuma getirebilir. Bununla birlikte, turunçgil ürünlerinin işlenerek yüksek katma değerli ürün haline getirilmesi, Mersin ili için rekabet avantajı sağlayacaktır.

Sebze ve meyve üreticileri özellikle yetiştirme teknikleri konusunda bilgilendirilmelidir. Ayrıca, üretici örgütlenmesi teşvik edilmeli ve üretici birliklerinin kurulması sağlanmalıdır.

Kaynakça

- Abak, K., Erkan, O., Eser, B., Halloran, N., Yanmaz, R., Sarı, N., Ekiz, H. (2002). Sebze Tarımında 2000’lerde Üretim Hedefleri, Teknik Kongre.
- Barışık, S. & Kesikoğlu, F. (2006). Türkiye’de Bütçe Açıklarının Temel Makroekonomik Değişkenler Üzerine Etkisi, 1981-2003 VAR, Etki-Tepki Analizi, Varyans Ayrıştırması, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 61(4), 69.
- Çakır, A. (2012). Arbitraj Fiyatlandırma Teorisi ve IMKB Sektör Endeksleri Üzerine Uygulanması, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- Engel, C. & Rogers J.H. (1996). How Wide Is the Border? American Economic Review, 86(5), 1112-25.
- Engel, C. V & Rogers, J. H. (2001). Violating the Law of One Price: Should We Make a Federal Case of It? Journal of Money, Credit and Banking, 33, 1–15.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2017). (<http://faostat.fao.org>)
- Gözgör, G. (2015a). Tek Fiyat Kanunu ve Satın Alma Gücü Paritesi Hipotezine İlişkin Ampirik Bulgular: Bir Literatür Taraması. Sosyoekonomi, 23(24),24.
- Gözgör, G. (2015b). Tek Fiyat Kanunu ve Satın Alma Gücü Paritesi Hipotezine İlişkin Ampirik Bulgular: Bir Literatür Taraması. Sosyoekonomi, 23(24),25.
- Isard, P. (1977). How Far Can We Push the “Law of One Price? American Economic Review, 67(5), 942-48.
- Karahocagil, P., Tunahioğlu, R., Taşkaya, B. & Anaç, H. (2003). Turunçgiller Durum ve Tahmin: 2003/2004. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, 111, 74, Ankara.
- MEGEP (Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi). (2008). Bahçecilik, Limon Yetiştiriciliği, 3.
- Mutlu S., Aktaş E. & Karahan, Ö. (2004a). The Relation among retail price main of consumption center of fruit and vegetables and Region of Mediterranean (Turkey): Test of Market Integration, Munich Personal RePEc Archive, Online at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/8656/>, 2.
- Mutlu, S., Aktaş E. & Karahan, Ö. (2004b). The Relation among retail price main of consumption center of fruit and vegetables and Region of Mediterranean (Turkey): Test of Market Integration, Munich Personal RePEc Archive, Online at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/8656/>, 3.

Öztürk, E. (2013). Türkiye Ekonomisi Temelinde Balassa-Samuelson Hipotezinin Geçerliliği.

Parsley, D.C. & S-J Wei (1996). Convergence to the Law of One Price without Trade Barriers or Currency Fluctuations, Quarterly Journal of Economics, 111(4), 1211-36.

Sims, C. (1980). Macroeconomics and Reality. Econometrica 48, 1-49.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM). (2017). İhracat Rakamları. (<http://tim.org.tr>)

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2017). Bitkisel Üretim İstatistikleri. (<http://tuikapp.tuik.gov.tr/bitkiselapp/bitkisel.zul>)

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). Limon Fiyatları.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). Limon İhracat Miktarı.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). Tarım Ürünleri Üretici Fiyat Endeksi.

Uysal, O. & Polatöz, S. (2017). Dünyada ve Türkiye’de Turunçgil Üretimi ve Dış Ticareti, 6





MAKALE YAZIM KURALLARI

Yazım Dili ve Sayfa Yapısı:

- Yazım dili Türkçe, İngilizce ve Türk Dünyası kullanılan bütün dillerdir. Yazı karakteri olarak Times New Roman seçilmeli, sayfa yapısında tüm kenar boşlukları 2,5 cm olacak şekilde ayarlanmalıdır.
- MS Word dokümanı olarak ve 1,5 satır aralığında hazırlanmalıdır.

Metin Yapısı

Başlıklar metin içinde Makale Başlığı, Yazar Adı, Özetler, Anahtar Kelimeler, Giriş, konu başlıkları ve alt başlıkları, Sonuç şeklinde sıralanmalıdır.

- Makale başlığı (14 Punto/Koyu) sayfa ortalanarak yazılacaktır.
- Yazar adı, yazara ait kişisel bilgilere yer vermeksizin makalenin başlığı altına sağa yaslı olarak yazılacaktır.
- Yazara ait kişisel bilgiler, yazarın unvanı, bağlı bulunduğu kurum, elektronik posta adresi, ilk sayfada sayfa altı dipnotu (*) olarak verilecektir (Birden fazla yazar varsa birinci yazar için bir, diğerleri için artan miktarda yıldız kullanınız).
- Metin, Times New Roman ve 12 punto; dipnotlar ise aynı fontla fakat 10 punto ile yazılmalıdır (Açıklamalar dışında dipnot kullanılmamalıdır. Metin atıfları, metnin içinde ve APA yazım sistemine uygun olarak, aşağıda belirtildiği gibi yazılmalıdır).
- Makaleler, Giriş, Alt Başlıklar ve Sonuç bölümlerinden oluşmalıdır.
- **Makalelerde sayfa sınırlaması bulunmamakla birlikte, sayfa sayısının makul ölçülerde olması beklenir.**

Kaynakça Yazım Kuralları:

Makale tam metinleri APA sistemine uygun olarak hazırlanmalıdır. Kullanılacak APA sistemi sürümü en genel hatlarıyla:

- * Yazarların soyadlarının alfabetik sıralaması esas alınır.
- * Önce yazarın soyadı yazılır ve virgül konur. Yazarların soy isimleri Baş harf büyük harflerle kalın puntolarla yazılır.
- * Yazarın isminin baş harfi (büyük harfle) yazılıp, nokta konur.

- * Parantez içinde eserin yayınlandığı tarih yazılır, parantez kapatılır ve nokta konur.
- * Eserin tam ismi yazılır ve nokta konur.
- * Eser kitap ise eserin ismi italikle yazılır. Çalışma makale ise derginin adı italikle yazılır.
- * Eserin yayınlandığı şehir yazılıp iki nokta üst üste konur.
- * Yayınevinin adı yazılır.

Bu açıklamaların ışığında farklı türden akademik eserleri içeren APA (5) sürümüne uygun olarak hazırlanmış ayrıntılı bir örnek kaynakça:

Örnek Kaynakça

1. **Arslan, D. A.** (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntem ve teknikleri*. Çanakkale: Paradigma Akademi Yayınları.
2. **Arslan, D. A.** ve **Arslan, G.** (2017-a). *Kültür, sanat, edebiyat, sosyolojisi*. Çanakkale: Paradigma Akademi Yayınları.
3. **Arslan, D. A.** (2017-b). Samsun ve Orta Karadeniz bölgesinde göçün sosyolojik tahlili. VII. Uluslararası Canik Sempozyumu: “Geçmişten Günümüze Şehir Göç”, 16-18 Şubat, Samsun, Türkiye, 2017.
4. **Arslan, D.A.** (2012-a). Yerel seçim sonuçları temelinde Mersin’in siyasi yapısı. *International Journal of Human Sciences*, 9-2, 916-968.
5. **Arslan, D. A.** (2012-b). Geçmişten geleceğe Kağızman’ın siyasi yapısı: Yerel seçim sonuçları temelinde Kağızman’ın siyasi yapısının sosyolojik analizi. *Sosyoloji içinde* (587-606). Geçmişten Geleceğe Her Yönüyle Kağızman Sempozyumu Kars.
6. **Arslan, D.A.** (2012-c). Mersin Milletvekilleri’nin sosyolojik profilleri. *International Journal of Human Sciences*, 9-2, 587-622.
7. **Arslan, D. A.** (2011-a). *Who rules Turkey: Turkish power elite*. Berlin: LAP LAMBERT Academic Publishing.
8. **Arslan, D. A.** (2011-b). *Uygulamalı köy sosyolojisi: Kırsal yapı ve kalkınma dinamikleri ile 17 öncesi ve sonrası Ankara Kavaközü*. Mersin: Mersin Üniversitesi Yayınları.

9. **Arslan, D. A.** (2005). Educational bases of Turkish democracy: Educational backgrounds of Turkish elites. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi (Journal of Sociological Research)*, 8-1, 5–30.
10. **Arslan, D. A.** (2004-c). Türk medya elitleri: bir durum tespiti. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi (Journal of Sociological Research)*, 4-2, 135–164.
11. **Bozkurt, Ö.** (1972). *Ayrımsal sosyoloji ve toplumsal yapı*. Ankara: Sevinç Matbaası.
12. **Buğra, A.** (1995). *Türkiye’de devlet ve işadamları*. İstanbul: İletişim Yayınları.
13. **Bulmer, M.** (1994). *Sociological research methods*. London: Macmillan.
14. **Cüceloğlu, D.** (200). *İnsan ve davranışı*. Ankara: Remzi Kitabevi.
15. **Nirun, N.** (1991). *Sosyal dinamik bünye analizi*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayını.
16. **Ozankaya, Ö.** (1971). *Köyde toplumsal yapı ve siyasal kültür*. Ankara: Sevinç Matbaası.

NOTLAR

.....
.....
.....

