



İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

DERGİSİ

TEMMUZ 2020

ISSN: 1309 -1352

e-ISSN: 2149-0074

CİLT 12 - SAYI 3

Genel DOI: 10.17932/IAU.IAUD.2009.002

Cilt 12 Sayı 3 DOI: 10.17932/IAU.IAUD.2009.002/2020.123

İlişim

<https://iaud.aydin.edu.tr/2020-temmuz-cilt-12-sayi-3/>

Editör

Prof. Dr. Deniz YENGİN

Editör Yardımcısı

Arş. Gör. Tamer BAYRAK

iaud.aydin.edu.tr

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ DERGİSİ
(ISSN: 1309-1352) - (e-ISSN: 2149-0074)

Odak ve Kapsam

İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, bilimin rehberliğinde dünyaya açılmak, içinde bulunduğu topluma ulaşabilmek, onların değişen ve gelişen taleplerine öncülük etmek için araştırmacıların özün bilimsel makalelerini uluslararası yayıncılık ilkeleri doğrultusunda yayımlamak amacını güder. İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, İstanbul Aydın Üniversitesi'nin yayın organıdır. Çeşitli konularda özgün Türkçe ve İngilizce bilimsel makalelerin yayımlandığı bir süreli yayındır. İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi hakemli bir dergidir ve 2009 yılından beri yayımlanmaktadır.

İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisinde (İAÜD); uygulamalı iletişim, yeni medya, sosyal politika ve çalışma ilişkileri, grafik tasarımı, siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler, hukuk, davranış bilimleri, tarih, sanat tarihi, arkeoloji, Türk dili ve edebiyatı, eğitim bilimleri, uzaktan eğitim, iletişim bilimleri, güzel sanatlar, yabancı diller ve edebiyatları, dil bilim ve bunun gibi sosyal bilimlerdeki ilgili alanlarında bilimsel çalışmalar kapsamında eserler yayınlanmaktadır.

İndeks ve Özet Bilgisi

EBSCO Academic Search Complete
Academic Search Ultimate and One Belt
One Road Reference Source
DOAJ
Dergipark

Yayıncı

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

Değerlendirme Süreci

İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisine gönderilen makaleler, iki hakem tarafından değerlendirilir. Hakemlerden birinin olumsuz, diğerinin olumlu görüş bildirmesi durumunda Yayın Kurulu hakem raporlarını inceleyerek makalenin işlem sürecini üçüncü bir hakeme gönderme yönünde ya da yazarına iade etme şeklinde belirler. Makalenin yayımlanabilmesi için en az iki hakemin olumlu görüş bildirmesi gerekir. Makaleler Turnitin ve/veya iThenticate intihal yazılımları ile kontrol edilmektedir. Hakemlerin raporları tamamlandıktan sonra yazılar, Yayın Kurulu'nun onaylaması durumunda yayıma hazır hale gelir ve kabul sırası dikkate alınarak uygun görülen sayıda yayımlanır.

Yayın Sıklığı

İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi Ocak, Nisan, Temmuz, Ekim olmak üzere yılda 4 kez yayımlanır. Dergiye belli bir sayı için makale kabul edilmemektedir. Yazarlar istediği zaman makalesini gönderebilir. Değerlendirme süreci tamamlanan makaleler geliş tarihi dikkate alınarak yayımlanır.

Açık Erişim Politikası

Açık erişimin bilginin evrensel kullanımını artırarak, insanlık için yararlı sonuçlar doğuracağı düşüncesinden hareketle, İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi Açık Erişim politikasını benimsemiştir. Dergi, yazarlardan devraldığı ve yayımladığı içerikle ilgili telif haklarından, bilimsel içeriğe evrensel

Açık Erişimin (Open Access) desteklenmesi ve geliştirilmesine katkıda bulunmak amacıyla, bilinen standartlarda kaynak olarak gösterilmesi koşuluyla, ticari kullanım amacı ve içerik değişikliği dışında kalan tüm kullanım (bağlantı verme, kopyalama, baskı alma, herhangi bir fiziksel ortamda çoğaltma ve dağıtma vb.) haklarını bedelsiz kullanıma sunmaktadır. İçeriğin ticari amaçlı kullanımı için yayınevinden yazılı izin alınması gereklidir.

Yayın Ücreti

Dergi için her hangi bir ücret talep edilmemektedir. Ayrıca kabul edilen bütün makaleler ücretsiz yayımlanmaktadır.

Araştırma ve Yayın Etiği İlkeleri

İAÜD'ye gönderilen bilimsel yazılarda, Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği ile ilişkili yönergeler, ICMJE (International Committee of Medical Journal Editors) önerileri ve COPE (Committee on Publication Ethics)'un Editör ve Yazarlar için Uluslararası Standartları dikkate alınmalıdır. İntihal, verilerde sahtecilik ya da yanıltmacılık, yayın tekrarı, bölerek yayınlama ve araştırmaya katkısı olmayan kişilerin yazarlar arasında yer alması etik kurallar dahilinde kabul edilemez uygulamalardır. Bu ve benzeri uygulamalarla ilişkili herhangi etik bir usulsüzlük durumunda gerekli yasal işlemler yapılacaktır.

a) İntihal: Başkalarının özgün fikirlerini, metotlarını, verilerini veya eserlerini bilimsel kurallara uygun biçimde atfı yapmadan kısmen veya tamamen kendi eseri gibi göstermek, intihal kapsamında ele alınmaktadır. İntihalden kaçınmak için yazarlar bilimsel kurallara uygun bir şekilde atfı yapmalı ve araştırmaları içerisinde yer alan tüm bilimsel yazılara ait kaynak gösterimine dikkat etmelidirler.

b) Veride Sahtecilik: Bilimsel araştırmalarda gerçekte var olmayan ya da değişikliğe uğratılmış verileri kullanmak, veride sahtecilik kapsamında ele alınmaktadır. Yazarlar verilerini etik kurallar dahilinde toplayarak, süreç içerisinde geçerlik ve güvenilirliği etkileyecek bir değişikliğe maruz bırakmadan analiz etmelidirler.

c) Çarpıtma: Araştırmadan elde edilen kayıtları ya da verileri değiştirmek, araştırmada kullanılmayan cihaz veya materyalleri kullanılmış gibi göstermek, destek alınan kişi ve kuruluşların çıkarları doğrultusunda araştırma sonuçlarını değiştirmek ya da şekillendirmek, çarpıtma kapsamında ele alınmaktadır. Yazarlar araştırma süreci ile ilişkili verdikleri bilgilerde dürüst, objektif ve şeffaf olmalıdırlar. Etik kuralları ihlal etmekten kaçınmalıdırlar.

d) Yayın Tekrarı: Aynı yayını, yapılmış olan önceki yayınlara atfı yapmaksızın ayrı yayımlar olarak sunmak, yayın tekrarı kapsamında ele alınmaktadır. Değerlendirilmek üzere gönderilen yayımların daha önce başka bir yerde yayımlanması ya da değerlendirme sürecinde olması ile ilişkili sorumluluk tamamen yazarlara aittir. Yazarlar tekrardan kaçınmalı, özgün ve orijinal araştırmalarını göndermeye özen göstermelidirler.

e) Bölerek Yayınlama: Bir araştırmanın sonuçlarını, araştırmanın bütünlüğünü bozacak şekilde ve uygun olmayan biçimde parçalara ayırıp birden fazla sayıda yayımlayarak bu yayınları ayrı yayımlar olarak sunmak, bölerek yayınlama kapsamında ele alınmaktadır. Yazarlar araştırma bütünlüğünü göz önünde bulundurmalı ve sonuçları etkileyecek bölmelerden kaçınmalıdırlar.

f) Yazarlık: Araştırmaya katkısı olmayan kişileri yazarlar arasına dâhil etmek ya da katkısı olan kişileri dâhil etmemek, haksız yazarlık kapsamında ele alınmaktadır. Araştırmanın planlanması, tasarımı, verilerin toplanması, analiz edilmesi, değerlendirilmesi, araştırmanın yayına hazırlanması ve son halinin ortaya koyulması aşamalarına tüm yazarlar yeterli düzeyde katkı sağlamış olmalıdırlar.

İntihal Politikası

Gönderilen tüm makaleler kontrol taramasından geçmek zorundadır ve iThenticate ve/veya Turnitin (Advanced Plagiarism Detection Software) aracılığıyla kontrol edilmektedir.

Telif Hakkı

Telif hakkı; bilimsel olarak hazırlanmış makalelerin ayrıntılı bir şekilde korunmasını amaçlar. Yazarın haklarını korumak ve yeniden basma ya da yayınlanan araştırmanın diğer kullanım izinlerini düzenlemek için İAÜD, yazarların makalelerini yayınlanmaya hazır olduğunda tüm haklarını imzalamaları gereken bir telif hakkı formuna sahiptir.

İAÜD, yazarların telif hakkını kısıtlama olmaksızın kullanmalarına izin verir ve yayınlama haklarını kısıtlama olmadan saklar. Gönderilen kağıtların patent veya patent başvurusu ile korunmayan hiçbir özel materyal içermediği varsayılmıştır. Teknik içeriğe ve tescilli materyalin korunmasına ilişkin sorumluluk yalnızca yazara ve kurumlara aittir ve İAÜD veya Yayın Kurulunun sorumluluğunda değildir. Başlıca yazar, makalenin diğer tüm yazarlar tarafından görülmesini sağlamaktan sorumludur. Gönderilmeden önce makalede telif hakkıyla korunan materyallerin kullanımı için gerekli tüm telif hakkı izinlerini almak yazarın sorumluluğundadır.

Yazar olarak haklarını nelerdir?

Yetki olarak haklarınızı belirlemek için gönderdiğiniz veya yayınladığınız derginin politikasını kontrol etmeniz önemlidir. İAÜD'nin standart politikaları aşağıdaki yeniden kullanım haklarına izin verir:

İAÜD; makalelerin yazarlar tarafından telif hakkı kısıtlaması olmaksızın kullanmasına izin verir.

Yayınlanan makaleyi, kendi eğitim ihtiyaçlarınız için veya araştırma kaynağımıza, bu arzın ticari amaçlarla kullanılmaması koşuluyla bireysel olarak sağlamak için kullanabilirsiniz.

Yayınlanan makaleyi İAÜD'nin izni olmadan bir web sitesinde yayınlamayamazsınız.

Makale Çağrısı

İAÜD, farklı alanlardan gelen akademisyen ve profesyonelleri “sosyal bilimlerle” ilgili bu konulardaki farklı görüşlerini tartışmak üzere bir araya getirmeyi amaçlamaktadır.

İAÜD'ün Ana Konuları

- Medya çalışmaları
- İktisat ve işletme çalışmaları
- Ekonomi
- Mimari
- Dijital kültür
- İletişim çalışmaları

- Reklamcılık
- Halkla ilişkiler
- Sosyal bilimler
- Sağlık iletişimi
- Sosyoloji
- Eğitim bilimleri
- İnsan kaynakları yönetimi
- Televizyon ve sinema
- Hukuk
- Türk dili ve edebiyatı

Yayın Dili

Türkçe ve İngilizce

Makale Gönderimi

Makaleler elektronik ortamda iaud@aydin.edu.tr adresine gönderilmelidir.

İletişim

İstanbul Aydın Üniversitesi

İstanbul – Turkey

e-mail: iaud@aydin.edu.tr

Tel: +90212 4441428

JOURNAL OF İSTANBUL AYDIN UNIVERSITY (İAÜD)
(ISSN: 1309-1352) - (e-ISSN: 2149-0074)

Focus and Scope

The aim of İAÜD is to create a source for academics and scientists who are doing research in the media, technology and communication that feature formally well-written quality works. And also create a source that will contribute and help develop the fields of study. Accordingly, İAÜD's intentions are on publishing articles and scientific works which are guided by a scientific quality sensibility. In this context, İAÜD is qualified as an "international peer-reviewed journal". It is a peer-reviewed international journal published four times a year.

INDEX

EBSCO Academic Search Complete
Academic Search Ultimate and One Belt
One Road Reference Source
DOAJ
Dergipark

Publisher

İstanbul Aydın University, TURKEY

Peer Review Process

The editorial board peruses the submitted material with regard to both form and content before sending it on to referees. They may also consider the views of the advisory board. After the deliberation of the editorial board, submitted material is sent to two referees. In order for any material to be published, at least two of the referees must approve it. The revision and improvement demanded by the referees must be implemented in order for an article to be published. Authors are informed within three months about the decision regarding the publication of their material. All the papers are controlled academically with the TURNITIN or/and iThenticate program.

Open Access Policy

İAÜD adopted a policy of providing open access.

This is an open access journal which means that all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of the articles in this journal without asking prior permission from the publisher or the author. This is in accordance with the BOAI definition of open access.

Publication Charge

No publication charge or article processing charge is required. All accepted manuscripts will be published free of cost.

Principles of Research and Publication Ethics

In scientific papers sent to IAUD, the guidelines related to the Scientific Research and Publication Ethics of Higher Education Institutions, the recommendations of the International Committee of Medical Journal Editors and the International Standards for the Authors and Authors of the Committee should be taken into attention. Plagiarism, forgery in the data, misleading, repetition of publications, divisional publication and individuals who do not contribute to the research are among the authors are unacceptable practices within the ethical rules. Legal actions will be taken in case of any ethical irregularity related to this and similar practices.

a)Plagiarism: Placing the original ideas, methods, data, or works of others, partly or completely, without making reference to the scientific rules, is dealt with in the context of plagiarism. In order to avoid plagiarism, the authors should refer to the scientific rules in a manner that is appropriate and should pay attention to the references of all scientific papers in their research.

b)Forgery of Data: The use of data that does not exist or is modified in scientific research is data in the scope of forgery. Authors should analyze their data in accordance with ethical rules and without exposing them to a change in validity and reliability during the process.

c)Detortion: Changing the records or data obtained from the study, showing the devices or materials that are not used in the research as used, changing or shaping the research results according to the interests of the people and organizations that are supported are considered within the scope of distortion. The authors should be honest, objective and transparent in the information they provide in relation to the research process. They should avoid violating the rules of ethics.

d)Repetition: Presenting the same publication as separate publications without referring to the previous publications is considered within the scope of repetition of publications. The responsibility for the publication of the publications submitted for evaluation in another place or in the evaluation process belongs to the authors. The authors should refrain from repeating the original and original research and they should pay attention to submit their original and original research.

e)Divisional Publication: The results of a research are discussed in the scope of dissemination and disseminating the results of the research in a way that disrupts the integrity of the research and disseminating it in more than one way, and publishing these publications as separate publications. The authors should consider the integrity of the research and avoid the divisions that will affect the results.

f)Authorship: The inclusion of people who do not contribute to the research or not to include the people who have contributed is considered within the scope of unfair writing. All authors should have contributed sufficiently to the planning, design, data collection, analysis, evaluation, preparation of the research and finalization of the research.

Publication Ethics

IAÜD requires all authors to adhere to the ethical standards as prescribed by the Committee on Publication Ethics (COPE) which take privacy issues seriously and is committed to protecting your personal information.

Plagiarism Policy

All the papers submitted have to pass through an initial screening and will be checked through the Advanced Plagiarism Detection Software (CrossCheck by iThenticate)

Copyright

Copyright aims to protect the specific way the article has been written to describe a scientific research in detail. It is claimed that this is necessary in order to protect author's rights, and to regulate permissions for reprints or other use of the published research. İAÜD have a copyright form which is required authors to sign over all of the rights when their article is ready for publication.

Waiver Policy

İAÜD do not grants waivers to some authors who are unable to afford manuscript handling fee.

Copyright without Restrictions

The journal allows the author(s) to hold the copyright without restrictions and will retain publishing rights without restrictions. The submitted papers are assumed to contain no proprietary material unprotected by patent or patent application; responsibility for technical content and for protection of proprietary material rests solely with the author(s) and their organizations and is not the responsibility of the İAÜD or its Editorial Staff. The main (first/corresponding) author is responsible for ensuring that the article has been seen and approved by all the other authors. It is the responsibility of the author to obtain all necessary copyright release permissions for the use of any copyrighted materials in the manuscript prior to the submission.

What are my rights as author?

It is important to check the policy for the journal to which you are submitting or publishing to establish your rights as

Author. İAÜD's standard policies allow the following re-use rights:

The journal allow the author(s) to hold the copyright without restrictions.

The journal allow the author(s) to obtain publishing rights without restrictions.

You may do whatever you wish with the version of the article you submitted to the journal.

Once the article has been accepted for publication, you may post the accepted version of the article on your own personal website, your department's website or the repository of your institution without any restrictions.

You may not post the accepted version of the article in any repository other than those listed above (i.e. you may not deposit in the repository of another institution or a subject-matter repository) until 12 months after publication of the article in the journal.

You may use the published article for your own teaching needs or to supply on an individual basis to research colleagues, provided that such supply is not for commercial purposes.

You may use the article in a book authored or edited by you *_at any time after publication in the journal. This does not apply to books where you are contributing a chapter to a book authored or edited by someone else.

You may not post the published article on a website or in a repository without permission from İAÜD.

Call For Papers

İAÜD will bring together academics and professionals coming from different fields to discuss their differing points of views on these questions related to “social sciences”.

Main Topics Of İAÜD

- Media studies
- Social sciences
- Advertisement
- Applied Studies
- Public Relations
- Communication studies
- Economy and bussiness administration
- Architecture
- Health communication
- Sociology
- Education sciences
- Human recources management
- Television and cinema
- Law
- Turkish language and literature

Language Of İAÜD

Turkish and English

Article Submission

Manuscripts should be sent to iaud@aydin.edu.tr

Contact

İstanbul Aydın University

İstanbul – Turkey

e-mail: iaud@aydin.edu.tr

Tel: +90212 4441428

Başkan'dan

Üniversite olmak sadece eğitim öğretim faaliyetlerini sürdürmek anlamına gelmez. Üniversite, bu faaliyetlerin yanında sosyal ve akademik faaliyetleri de sağlıklı ve kaliteli yürütülmesinden sorumludur. Üniversitemizde görev yapan her öğretim elemanının ürettiği en küçük çıktıyı değerlendirmesi ve paylaşması temel amaçlarımızdandır. Bu amaçtan hareketle yürütülen yayın faaliyetleri ise akademik anlamda en öncelikli çabamızdır. Deneyimlerin genç kuşaklara aktarılması için temel mecra olarak gördüğümüz akademik dergi yayıncılığında, İstanbul Aydın Üniversitesi'nin de katkısının olması amacıyla, bünyemizdeki tüm bilim, teknoloji ve sanat disiplinlerinde akademik dergi yayınlama kararı alınmıştır.

Üniversitemiz tarafından yayınlanan İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi temelde teknoloji, iletişim ve sosyal bilimler arasında ilişkiler kurulması ve bu alanlar üzerine bilimsel çalışmaların yayınlanması görevini üstlenmektedir. İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi Sosyal Bilimler, İletişim Çalışmaları, Yeni Medya, Halkla İlişkiler, Reklamcılık alanında yapılmış olan gerek uygulamalı gerekse bilimsel araştırma merkezli makaleleri yayımlamaktadır. İstanbul Aydın Üniversitesi dergisi umuyorum ki hem Türk hem de uluslararası araştırmacıların bilimsel eserler üretmesi ve bilimsel alanda ülkemizin yazın gelişimine katkıda bulunacaktır. Derginin editörü, hakemleri ve yazarlarına katkıları için teşekkürlerimi sunuyorum.

Doç. Dr. Mustafa AYDIN
Mütevelli Heyet Başkanı

Rektör'den

İstanbul Aydın Üniversitesi içindeki tüm fakültelerimiz önemlidir ve gereklidir. Ama üniversitemizin teknoloji, iletişim ve sosyal bilimler alanında çalışmaların yapılması adına pek çok öğrenciyi yetiştiren İletişim Fakültemiz yeni medya, halkla ilişkiler, reklam gibi alanlarda araştırma yapılması adına önemli yazınla üretmektedir. Kurumların ulusal ve uluslararası ölçekte tanıtılması için yayınların yararı kuşkusuz tartışılmazdır. Akademik dergi yayıncılığında varlığını ortaya koyan "İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi", alanında önemli ve ciddi bir adımdır. İletişim Fakültesi dekanı Prof. Hülya Yengin'e şahsında, derginin yayına hazırlanmasında emeği geçen herkesi kutluyor, başarılı bir yayın hayatı diliyorum.

Prof. Dr. Yedigâr İZMİRLİ
İAÜ Rektörü

Editör'den

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından hazırlanan bilim ve sosyal bilimlere dair araştırmaları içeren "İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi" bilimsel alana pek çok katkıda bulunan makaleleri yayınlamaktadır. Dergimize yapılan birçok araştırmacının başvurusundan, dikkatli incelemeler yapılarak yayınlanması seçilen eserler gerek ulusal gerekse uluslararası alanda önemli katkılar sağlayacaktır. İstanbul Aydın Dergisi; EBSCO, DOAJ ve Dergipark içerisinde yer alan yapısı ile gelecek sayılarında da önde gelen araştırmalara ev sahipliği yapacaktır.

Prof. Dr. Deniz YENGİN
İAÜD Editörü

İAÜ Adına İmtiyaz Sahibi:

Doç. Dr. Mustafa AYDIN (İstanbul Aydın Üniversitesi)
(Mütevelli Heyet Başkanı)

Yazı İşleri Müdürü

Zeynep AKYAR (İstanbul Aydın Üniversitesi)

Editör

Prof. Dr. Deniz YENGİN (İstanbul Aydın Üniversitesi)

Editör Yardımcısı

Arş. Gör. Tamer BAYRAK (İstanbul Aydın Üniversitesi)

<http://iaud.aydin.edu.tr>

Teknik Hazırlık

Akademik Çalışmalar Koordinasyon Ofisi

İdari Koordinatör

Tamer BAYRAK

Türkçe Redaksiyon

Süheyla AĞAN

İngilizce Redaksiyon

Nur Emine KOÇ

Grafik Tasarım

Elif HAMAMCI

Yazışma Adresi

Florya Yerleşkesi, Beşyol Mah. İnönü Cad. No:38
Küçükçekmece, İstanbul

Tel: 444 1 428 - **Faks:** 0 212 425 57 59

Web: <https://iaud.aydin.edu.tr/tr/editorler-kurulu/>

Baskı**Armoninuans Matbaa:**

Tavukçuyolu Cd. Palas Sk. No:3 Y.

Dudullu Ümraniye - İstanbul

Tel: 0216 540 36 11

Faks: 0216 540 42 72

E-mail: grafik2@armoninuans.com

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Hasan SAYGIN	İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Dr. Cem Sefa SÜTÇÜ	Marmara Üniversitesi
Prof.Dr. Erhan AKYAZI	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Güven Necati BÜYÜKBAYKAL	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Nilüfer TİMİSİ NALÇAOĞLU	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Deniz YENGİN	İstanbul Aydın Üniversitesi
Doç. Dr. And ALGÜL	İstanbul Aydın Üniversitesi
Doç. Dr. Okan ORMANLI	İstanbul Aydın Üniversitesi

Bilimsel Hakem Kurulu

Prof. Dr. Adem KARAHOCA	Bahçeşehir Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Ahmet KALA	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Akın MARŞAP	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Ali GÜNGÖR	Bahçeşehir Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Aslı YAPAR GÖNENÇ	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Atilla GİRGİN	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Ayten KUNTMAN	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Candan VARLIK	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Celal Nazım İREM	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Cem S. SÜTÇÜ	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Demir ÖNER	Maltepe Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Emin ANARIM	Boğaziçi Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. Erdem BİLGİLİ	Piri Reis Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Ertuğrul KARACUHA	İstanbul Teknik Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Funda DÖKMEN	Kocaeli Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Gülümser ÜNKAYA	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Güven Necati BÜYÜKBAYKAL	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Halit PASTACI	Haliç Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Hamide ERTEPINAR	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Hasan Alpay HEPERKAN	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Haydar ÖZPINAR	İstanbul Ayvansaray Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Hülya YENĞİN	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Hüseyin Erol AKATA	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Korkmaz ALEMDAR	Atılım Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. M. Nafiz DURU	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. M. Nazmi ERCAN	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Mehmet Fatih ALTAN	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Mehmet Güneş GENÇYILMAZ	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Melda Cinman ŞİMŞEK	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Mesut KARTAL	İstanbul Teknik Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Murat CEYLAN	Selçuk Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Nazife GÜNGÖR	Üsküdar Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Nizamettin AYDIN	Yıldız Teknik Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Nüket SIVRI	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Nurhan BABÜR TOSUN	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Özden CANKAYA	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Özer KANBUROĞLU	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Şeref SOYLU	Sakarya Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Suat GEZGİN	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Şuayip KARAKAŞ	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Turhan Nejat ARAL	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Vahit DOĞAN	Gazi Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Veysel GÜNAY	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Yalçın ÇEKİÇ	Bahçeşehir Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Deniz YENĞİN	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. And ALGÜL	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. Ceyda ILGAZ BÜYÜKBAYKAL	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. Okan ORMANLI	İstanbul Kültür Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. Tolga KARA	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Cihan BECAN	Üsküdar Üniversitesi, Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Ercan ÖGE	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Dr. Öğr. Üyesi Gökmen Hakan KARADAĞ	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

Editörden

Sevgili İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi Okuyucuları,

İAÜD'nin, Temmuz 2020 Cilt 12 Sayı 3 (47. sayı) yayınıımızı sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz. Dergimizin yayınlanan bu sayısında titiz hakem süreci sonrasında kabul edilen 10 yazarın 6 makalesi bulunmaktadır.

Sevgili okurlar, daha detaylı bilgi almak, öneri ve görüşleriniz paylaşmak ya da eserlerinizi yayınlamak için gönderimlerinizi lütfen aşağıdaki e-posta adresine iletin. Bizlere İAÜD Sekreterliği iaud@aydin.edu.tr adresinden ulaşabilirsiniz.

İletişimde kalmak ve bir sonraki sayımızda buluşmak umudu ile.

Saygılarımla,

Editör

Prof. Dr. Deniz YENGİN

İstanbul Aydın Üniversitesi

Florya Kampüsü 34295

İstanbul TÜRKİYE

Tel: +90 212 4441428

E-mail: denizyengin@aydin.edu.tr

URL: <http://iaud.aydin.edu.tr>

İçindekiler

Content

Prof. Dr. Deniz YENGiN, Editörden



ARAŞTIRMA MAKALELERİ (RESEARCH ARTICLES)

DCT VE DWT TEKNİKLERİ İLE GÖRÜNTÜ VE METİN VERİSİ GİZLEME <i>HIDING IMAGE AND TEXT DATA WITH DCT AND DWT TECHNIQUES</i> Faruk TAKAOĞLU, Mustafa TAKAOĞLU	189
HAZIR GİYİM İŞLETMELERİNİN İNTERNET KULLANIMI: İSTANBUL ÖRNEĞİ <i>INTERNET USE OF APPAREL COMPANIES: THE CASE OF ISTANBUL</i> Ahmet ÖZBEK	201
İSTANBUL ve ANTAKYA ŞEHİRLERİNDE DEPREM RİSK AZALTMA ÇALIŞMALARINI ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR DEĞERLENDİRME <i>A COMPARATIVE EVALUATION ON THE EARTHQUAKE RISK REDUCTION STUDIES OF ISTANBUL AND ANTAKYA CITIES</i> Özhan UZUN, Süleyman BALLYEMEZ	229
SOSYAL MEDYANIN ŞÖHRET KÜLTÜRÜNE ETKİSİ <i>THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON FAME CULTURE</i> Ayşenur AKYAZI	251
ANNELERİN ÇOCUKLARINA YÖNELİK İHMAL VE İSTİSMAR DAVRANIŞI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA <i>A RESEARCH ON NEGLECT AND ABUSE OF MOTHERS TO THEIR CHILDREN</i> Berna ÇALGI, Reyhan SAYDAM	275
SÜRDÜRÜLEBİLİR AMBALAJ TASARIMLARININ GRAFİK TASARIM EĞİTİMİ AÇISINDAN İNCELENMESİ <i>INVESTIGATION OF SUSTAINABLE PACKAGING DESIGNS IN TERMS OF GRAPHIC DESIGN EDUCATION</i> Uğur DERVİŞ, Öznur İŞİR	301



DOI LİSTELERİ

DCT VE DWT TEKNİKLERİ İLE GÖRÜNTÜ VE METİN VERİSİ GİZLEME

Faruk TAKAOĞLU, Mustafa TAKAOĞLU

DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.2009.002/iaud_v12i3001

HAZIR GİYİM İŞLETMELERİNİN İNTERNET KULLANIMI: İSTANBUL ÖRNEĞİ

Ahmet ÖZBEK

DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.2009.002/iaud_v12i3002

İSTANBUL ve ANTAKYA ŞEHİRLERİNDE DEPREM RİSK AZALTMA ÇALIŞMALARI ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR DEĞERLENDİRME

Özhan UZUN, Süleyman BALLYEMEZ

DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.2009.002/iaud_v12i3003

SOSYAL MEDYANIN ŞÖHRET KÜLTÜRÜNE ETKİSİ

Ayşenur AKYAZI

DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.2009.002/iaud_v12i3004

ANNELERİN ÇOCUKLARINA YÖNELİK İHMAL VE İSTİSMAR DAVRANIŞI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Berna ÇALGI, Reyhan SAYDAM

DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.2009.002/iaud_v12i3005

SÜRDÜRÜLEBİLİR AMBALAJ TASARIMLARININ GRAFİK TASARIM EĞİTİMİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

Uğur DERVİŞ, Öznur IŞIR

DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.2009.002/iaud_v12i3006

DCT VE DWT TEKNİKLERİ İLE GÖRÜNTÜ VE METİN VERİSİ GİZLEME

Faruk TAKAOĞLU
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
faruktakaoglu@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0828-2017>

Mustafa TAKAOĞLU
İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul
mustafatakaoglu@aydin.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-1634-2705>

ÖZ

Steganografi tarihte gizli yazma sanatı olarak bilinmektedir. Günümüzün gelişen teknolojik ilerlemesi içerisinde kendisine iletişim alanında yer bulmuştur. Herhangi bir mesajı içeriğinin görünmesini istemediğimiz durumlarda steganografi kullanılır. Diğer bir güvenlik unsuru olan kriptoloji bilimi ile birçok zaman karıştırılmaktadır. Kriptoloji bilimi mesajın içeriğini veya unsurlarını okunamaz hale getirmekle uğraşırken steganografi mesajın görünmez, farkına varılamaz olmasına gayret sarf etmektedir. Bu doğrultuda makalemizdeki amacımız, steganografi ve onun en çok kullanılan yöntemlerinde olan ayrık kosinüs dönüşümü “DCT” ve ayrık dalgacık dönüşümü ”DWT” yöntemlerinin uygulanması ve sonuçların karşılaştırılmasıdır. Bu amaca erişmek için MATLAB platformunda DCT ve DWT yöntemleri kodlanmış ve steganografi yapmaları sağlanmıştır. Makalenin ikinci bölümünde yüksek sinyalin gürültüye oranı “PSNR”, ortalama hataların kareleri toplamı “MSE” ve Z skor “Z-score” yöntemleri aynı platformda performanslarını ölçmek için kodlanmıştır. Bu performans parametrelerinden elde edilen değerler sonuç bölümümüzde gösterilmiş ve DWT yönteminin DCT yöntemine göre daha başarılı sonuçlar verdiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Steganografi, DCT, DWT, Z-skor*

HIDING IMAGE AND TEXT DATA WITH DCT AND DWT TECHNIQUES

ABSTRACT

Steganography has been known as secret writing in history. It has found a place for itself in the communication technology area with the help of the rapid growing of our era's technological developments. It has more applications in different fields in recent years. If we don't want to show the inside of any message, then we must use steganography. Most of the time, it is confused by cryptography. While cryptology is trying to make the content or elements of the message unreadable, steganography strives to make the message invisible, unnoticeable. Accordingly, our purpose in this article is to explain the steganography, and it's mostly used branches, which are Discrete Cosinus Transformation, simply DCT, and Discrete Wavelet Transformation, simply DWT. To reach that purpose, we described both DCT and DWT in the MATLAB platform. After that, we coded Peak Signal to Noise Ratio, simply PSNR, Mean Square Error, simply MSE, and Z score for estimating the performances of DCT and DWT. According to those performances, we decided which one of the steganography branches are more successful. After performance analyses, it has been determined that the success of DWT is better than the success of DCT.

Keywords: *Steganography DCT, DWT, Z-Score*

GİRİŞ

Steganografi Latince gizli anlamındaki steganos ve yazma anlamındaki graphein kelimelerinden türetilmiştir. Gizli yazma anlamındaki bu bilimin amacı, gizli olduğuna inanılan tüm verilerin masum bir taşıyıcı içerisine, sadece alıcının farkına varabileceği bir şekilde yerleştirmektir. Tarih boyunca gizli haberleşme, çeşitli yöntemlerle önemli olduğuna inanılan tüm bilgiler için kullanılmıştır. Eski Yunan uygarlığında Pers İmparatorluğu istilasına karşı haberleşme ihtiyacı, kafaları kazınan kölelerin kafa derisine yazılan mesajlarla yapılmaktaydı. Köleler saçları uzadıktan sonra mesajın iletilmesi gereken yerlere doğru seyahat ederler ve böylelikle mesajlar hedeflere ulaşırdı. İlerleyen zamanlarda gizli mesajlar gazete, dergi gibi yazılı medya unsurlarının gelişmesi ile haberleşme metinler arasına saklanarak gönderilmeye başlandı. Son zamanlarda ise sosyal medya aracılığı ile gizli haberleşmelerin sıkça yapıldığı bilinmektedir. Günümüzde birçok sektörde legal veya illegal amaçlarla steganografi içeren haberleşme yöntemleri kullanılmaktadır. Legal kullanıma örnek, devletlerin istihbarat teşkilatlarının, iletişim kanallarının dinlenme olasılığına karşı bu yöntemi kullanmasıdır. Diğer bir taraftan, illegal örgütler steganografi yardımı ile güvenlik güçlerinin haberleşmelerinin farkına varmasını engellemeye çalışmaktadır. Steganografinin alt dalları aynı zamanda dijital ürünlerin sahiplik veya aitliklerinin ispatlanması

için de günümüzde yaygın olarak kullanılmaktadır. Ancak çağımızda hızla ilerleyen iletişim teknolojileri ve ürünlerinin önem kazanması ile gizli haberleşme yöntemlerinin daha da önem kazanacağı düşünülmektedir. Bu yüzden bu makale çalışmamızda steganografi biliminin ana uygulama alanı olan gizli haberleşme yönteminden bahsedeceğiz (Anderson ve Petitcolas, 1998: 478).

Steganografi yapılması için öncelikle bir gizli veri ve taşıyıcı unsur belirlenmelidir. Gizli verimiz bir metinsel veri veya ufak bir resim verisi seçilebilir. Bu verilerin büyüklükleri taşıyıcı unsurun büyüklüğü ile doğru orantılıdır. Eğer hedefine ulaşmasını umduğumuz gizli verinin, taşıyıcı verisi, boyut olarak ufak ise gizli verimiz bu taşıyıcı verinin yarısından ufak olmalıdır. Taşıyıcı verimiz veya bir diğer adı ile masum veri, günlük olarak internette çokça gördüğümüz multimedya unsurlarından biri olabilir. Bu öğeler resim dosyaları, ses ve müzik dosyaları veya video dosyaları olabilir. Taşıyıcı unsur ve gizli veri belirlendikten sonra yapılması gereken şey steganografi algoritması kullanarak gizli verinin taşıyıcı veri içerisine eklenmesidir. Taşıyıcı unsur üzerinde, içerisine eklenen gizli veriden dolayı bazı değişimler meydana gelecektir. Bu değişimlerin insan gözü ile farkına varılamaz olması steganografinin temel kuralıdır. Bu yüzden özellikle resim olacak taşıyıcı unsurlarda steganografi işlemi uygulanırken resimlerdeki parlaklık değerleri kesinlikle değiştirilmemelidir. Çünkü insan gözü renklerdeki tonlama farklılıklarını algılamada zayıf iken parlaklık değerlerini algılamada çok kuvvetlidir. Farkına varılan herhangi bir steganografi analiz yöntemleri kullanılarak çözülmeye çalışılabilir. Bu işleme steganaliz, bu işlemi yapana da steganalist denilmektedir. Tüm bu bilgiler ışığında, DCT algoritmasında 40KB'lık bir metin verisini resim dosyasının içerisine, DWT algoritmasında 40KB'lık bir resim verisini yine başka bir resim dosyası içerisine gizlenmiştir. Makalenin bundan sonraki ikinci bölümde, DCT ve DWT algoritmalarımızı ve kullanım senaryoları anlatılacaktır. Üçüncü bölümümüzde steganografi sistemlerimizin performanslarını ölçen parametreler tanıtılacaktır. Makalemizin sonuç bölümünde ise performans parametrelerinin sonuçları gösterilecek ve bu sonuçlara göre hangi steganografi sisteminin daha performanslı olduğu ispatlanacaktır (Pfitzner, 2004: 348).

DCT VE DWT YÖNTEMLERİ

Çalışmamızda uygulanan DCT ve DWT yöntemlerini ve senaryolarımızı anlatmadan önce steganografinin dallarından bahsetmek gerekmektedir. Steganografi uygulandıkları platformlara göre altı alt dala ayrılmaktadır. Bunlardan biri olan dijital medya unsurları steganografisi, uzaysal-resim tabanlı steganografi ve frekans-dönüşümü tabanlı steganografi olmak üzere ikiye ayrılır. Çalışmamız frekans dönüşümlü steganografinin alt dalları olan DCT ve DWT'nin performanslarının incelenmesidir. Bu konuyu seçmemizin sebebi

frekans tabanlı steganografinin diğer türlere göre yüksek güvenilirliği ve DCT, DWT'nin en çok kullanılan yöntemler olmasıdır. Steganografi yöntemleri kullanılırken asıl amacımız sistemimizin güvenilir ve görünmez olmasıdır. Bunu yaparken sistemimizin sağlamlığı için kapasiteye ve önemli bitleri değiştirmemeye dikkat edeceğiz.

DCT

Bütün frekans tabanlı dönüşüm steganografilerinde resimler, image / resim, spatial / uzaysal tabandan frekans tabanına çekilir. Bunun için NxN olarak adlandırılan genel olarak 8x8 matris bloğuna aktarılan bir sistematik işlem düzeneğinden geçer. Aşağıdaki resimde DCT, Discrete Cosine Transform (Ayrık Kosinüs Dönüşümü)'un matematiksel formülasyonunu 2.1 ve 2.2'de görmekteyiz (Dhawale, Hegadi ve Jambhekar, 2014: 5).

$$F(u,v) = \frac{c(u)c(v)}{4} \sum_{i=0}^7 \sum_{j=0}^7 \cos\left(\frac{(2i+1)u\pi}{16}\right) \cos\left(\frac{(2j+1)v\pi}{16}\right) f(i,j) \quad (2.1)$$

$$c(e) = \begin{cases} \frac{1}{\sqrt{2}} & \text{if } e = 0, \\ 1 & \text{if } e \neq 0 \end{cases} \quad (2.2)$$

Formüldeki;

- F(u,v) fonksiyonu bir DCT'nin (u,v) koordinatındaki,
- f(i,j) fonksiyonu bir DCT'nin (i,j) koordinatındaki piksel değerlerini göstermektedir.

Ayrık kosinüs dönüşümünde, kosinüs sinyallerini kullanan ve resimleri uzaysal tabandan frekans tabanlı matris yapısına kosinüs dönüştürücüsü ile dönüştüren bir yapıdır (Dhawale, Hegadi ve Jambhekar, 2014: 5).

Taşıyıcı obje her iki metotta 512x512 boyutunda bir resimdir. İki metodun performanslarının kıyaslanabilmesi için taşıyıcı objeler ve gizli mesajın KB, Kilobayt, cinsinden aynı olması gerekmektedir. Bu yüzden gizli mesaj, 40KB değerindeki bir resim veya metin verisinden seçilebilir. DCT metodunda ise gizli mesaj olarak 40KB'lık bir metin verisi seçilmiştir. Bu metin verisi ASCII tablosundan faydalanılarak sayısal tabanlı verilere dönüştürülmüştür ve 8x8 boyutunda bir matrise atanmıştır. Daha sonrasında bu matris değerlerinde, bir düzeltme ve güvenilirliği artırma amacıyla Hamming kodlama yapılmıştır. Bir sonraki bölümde Hamming kodlama ile ilgili ayrıntılı bilgi verilecektir. Taşıyıcı resmin de 8x8 boyutunda bir matrise çekilmesiyle DCT'nin uygulanması için tüm hazırlıklar tamamlanmış olur. DCT algoritması kendi içerisinde bu matris bloklarını, kendi öznitelik tablosu ve transpoze edilmiş yani tersi alınmış

matrisleri birleştirerek görsel verileri frekans tabanına çekmek işlemini gerçekleştirmektedir. Böylelikle frekans tabanına çekilmiş gizli ve taşıyıcı veri birleştirilmiş ve steganografik resim oluşturulmuş olur. DCT frekanslar üzerinde çalışma yapılırken dikkat edilmesi gereken unsur üzerinde işlem yapılan bit değerinin en önemli bit değeri olmamasına “MSB-Most significant bit” dikkat etmektir. Bu bit değerleri piksellerin parlaklık değerlerini taşımaktadırlar ve üzerinde gerçekleştirilecek değişimler insan gözüyle dahi farkına varılabilir. Bizim çalışmamızda resimleri siyah beyaz formatına dönüştürerek bu önemli ayrıntı kaldırılmıştır. Renkli resimlerde ise “LSB-Least Significant Bit” en önemsiz bit anlayışına göre hareket edilmelidir.

HAMMING KODLAMASI

Telekomünikasyon sektöründe çalışan Richard Hamming’in geliştirdiği bir yöntemdir. Sinyallerin hatlarda gönderimi esnasında meydana gelen çeşitli etkiler neticesinde göndericiden alıcıya giderken değişimlere uğradığı saptanmış ve bunun çözülümü için geliştirilmiştir. Makalemizde ise; metinsel veri olan gizli mesajın 2 tabanındaki sayısal dönüşümünden sonra meydana gelebilecek hatalarının düzeltilmesi için kullanılmıştır.

Hamming kodlama lineer veri hattı üzerinde çalışır. Hata bulabilir ve hatayı düzeltebilir. Hatayı sadece saptayıp uyarı gönderebilir veya hatayı bulamaz. Elimizde 4 bit’lik 1001 verisi olduğunu farz edelim. Bu verinin alıcıya düzgün bir şekilde ulaşmasını sağlayabilmek için veriye kontrol amaçlı 3 adet kontrol bit’i eklenir ve sonuna bu kontrol bit’lerini eşitleyecek Parity bit’i eklenir. Buradaki genel amaç, bilgi içeren ilk 4 mesaj bitinin verilerinin, sonradan eklenen Hamming kontrol bitleri ile sürekli olarak çift yapılmaya çalışılmasıdır. Mesaj Hamming kodlamaya sokulduktan sonra görüntüsü $1001H_1H_2H_3P$ ’dir. Sırasıyla H verileri 5’inci, 6’ıncı ve 7’inci bitlerdir. H_1 1. 2. ve 3. verilerin 2 sayı tabanındaki matematiksel toplamıdır. Bu toplam H_2 için 1’inci, 3’üncü ve 4’üncü, H_3 için 2’inci, 3’üncü ve 4’üncü bit değerleridir. H değerleri bahsedilen matematiksel toplamın sürekli olarak 2 sayı tabanında 0 sonucunu vermesine uygun değerler alırlar.

Sonuç olarak bu eklenen değerler, gönderilen veri alıcıdan alınmaya kadarki farkları ile kıyaslanır ve hatanın yeri saptanmış olur. Bu saptanmaya göre ise veri üzerinde düzeltme yapılır. Bu düzeltme işlemi Syndrome adı verilen ve S ile sembolize edilen başka veriler üzerinde gerçekleşen toplama işlemidir. 8 bit’lik bir veri kümesinde her bir H değeri Hamming mantığının eşitliğini sağlayan, bilgi içeren diğer bitler ile toplanır ve sonucunun sıfır olması beklenir. Aksi durumlarda veri üzerinde değişim olmuş demektir ve 1 sonucunu veren veriler düzeltilir. İlk başta bahsettiğimiz (7,4)’lük sistem, en sona veri bloğunu tamamlayan son bit

hariç toplam 7 bit'lik veriden, 4 tanesinin veri içerdiğini sembolize ettiği için bu tarz bir tanımlama yapılarak anlatılmaktadır. Hamming kodlama steganografi çalışmamızda gizli metinsel mesajın 2 tabanlı sayısal verilere dönüşümü sırasında meydana gelebilecek hatalı sıralamaların düzeltilmesi ve önüne geçilmesi amacıyla ile kurduğumuz sisteme eklenilmiştir. Buradaki amacımız, Hamming kodlama kullanarak düzeltilmiş mesajı, ikili sayısal tabanlı değerlerinin DCT özniteliklerine en az bozulmayı verebilmesini sağlamaktır (Medeni ve Souidi, 2009: 46).

DWT

Bu yöntem, dalgacık olarak tabir ettiğimiz ana sinyali matematiksel, zaman ve frekans bandında ufak dalgalara böler ve bu bandlarda işlem yapar. Bu dalgacıkların diğer yöntemlere kıyasla üstünlüğü daha ufak zaman dilimlerinde meydana gelen ufak ama sonucu etkileyebilecek dalgalanmaları inceleyebilmemize olanak sağlamasıdır. Ayrık Kosinüs Dönüşümünde, DCT, olduğu gibi DWT uygulanırken taşıyıcı resim ve mesaj frekans boyutuna dönüştürülür. DWT taşıyıcı resmi yüksek ve alçak frekans olmak üzere iki frekans dalgasına ayırır. Yüksek frekans nitelik, özellik taşıyan frekanstır. Eğer az veri saklanacaksa bu kısımda veri saklanması idealdir. Çünkü bu bölgede yapılan fazla değişimler taşıyıcı resmin insan gözüyle tespit edebileceği bozulmalara yol açabilir. Diğer bir olasılık olan yoğun bir bilgi saklama işleminde ise düşük band, taşıyıcı olarak seçilmelidir. Bu kısımda çokça veri bulunmakta ve bu da çokça veriyi saklayabiliriz anlamı taşımaktadır. Tabii ki kapasite değerleri aşılmamalı ve bozulmalara dikkat edilmelidir. Ancak taşıyıcı bandın düşük frekans seçilmesinin bazı dezavantajları vardır. Yüksek frekans gibi sağlam değıllerdir. Çünkü yüksek frekansta veri saklamak fark edilirlığı az olan bir işlemdir ve dolayısıyla bu bölgede yapılan değışimler enerji değıerlerinde değışime sebebiyet vermektedir. JPEG standartlarında bahsedilene göre resimler en düşük enerji düzeyine göre ayarlanmıştır. Bu piksel kümesinde, matrisinde, meydana gelen her türlü değışim resmin ortalama enerjisini üstel yönde etkileyecek bir değışim olur ve bu değışimler histogram ve entropi analizlerinde kolayca açığa çıkabilir (Dalvi ve Kamathe, 2014: 4).

Bu bölümde, ikinci olarak oluşturduğumuz DWT algoritması adımlarından bahsedeceğiz. Aynı DCT'de olduğu gibi, işlemlerimiz öncelikle taşıyıcı resmin ve gizli mesajın seçilimi ile başlamakta ve DWT dönüşümünün uygulanması ile devam etmektedir. DWT iş akış diyagramı aşağıdaki DCT'de olduğu gibi DWT senaryosunda taşıyıcı objemiz 512x512 formatında bir resim ve gizli mesajımızın boyutu da 40KB'dır. Burada DCT Hamming kodlamasındaki etki gibi bir etki oluşturmak için 40KB'lık resim verisinin siyah beyaz formatındaki taşıyıcı resme dengeli ve rastgele dağılmasını sağlamak için kod ile müdahale yapılmış ve daha sonrasında DWT uygulanarak resim ve mesaj verileri matrislerde frekans

tabanına çekilerek birleştirilmiştir. Hamming kodlama, görsel olarak veri analizi sinyali gösterimlerinde gözükken kırılmaları adeta tıraşlayarak bozulmaları önler iken DWT’de kod ile eklediğimiz rastgelelik özelliği de sıralı ya da periyodik olarak tabir edebileceğimiz bozulma ve kırılmaların analizinin engellenmeye çalışmaktadır. DWT ile frekans tabanında birleştirilen ve tekrar görselliğe kavuşturulan yeni oluşturulmuş resmimiz steganografik bir obje olmuştur. Bundan sonra taşıyıcı resmin orijinal hali ile DWT ile oluşturulmuş steganografik resmimizi kıyaslayarak PSNR değerlerini elde edip DCT ile kıyaslayacağız.

STEGANOĞRAFİ PERFORMANS PARAMETRELERİ: MSE, PSNR, Z-SCORE

MSE

MSE, Hata Karelerinin Ortalaması, genellikle sinyallerde iki sinyalin birbirilerine olan benzerliklerini ölçmek için kullanılan bir yöntemdir. Steganografide buna benzer olarak taşıyıcı resim ile steganografik resmin benzerliklerini ölçmek için kullanılır. Aşağıdaki 2.3. formülüne göre MSE, benzerlik bulmaya çalışır (Dhawale, Hegadi ve Jambhekar, 2014: 5).

$$MSE = \frac{1}{mn} \sum_{i=0}^{m-1} \sum_{j=0}^{n-1} [I(i, j) - K(i, j)]^2 \quad (2.3)$$

Formüldeki;

- $I(i, j)$ değeri orijinal taşıyıcı resmi temsil etmektedir.
- $K(i, j)$ değeri steganografik resmi temsil etmektedir.
- m, n değerleri ise resmin boyutlarını göstermektedir.

Formülün sonucunda eğer MSE değeri düşük ise bu benzerliğin az olduğunu ve algoritmanın başarılı olduğunu göstermektedir. Ters durumlarında ise algoritmamız başarısız sayılacaktır.

PSNR

PSNR, Yüksek Sinyalin Gürültüye Oranı, logaritmik desibel ölçütü ile tanımlanır, ölçümlendirilir. Steganografik resmin görüntüsünün bozulmasına sebebiyet veren en üst seviye sinyal ile bozuluma sebebiyet veren gürültü değerinin arasındaki orana PSNR denir. Düşük PSNR oranı ölçümü görsel kalitede düşüklük ve bilgi sıkıştırma kalitesizlik anlamına gelir. Tersine durumda yani PSNR oranının yüksek ölçüldüğü durumda resim kalitesi, sıkıştırması ve yeniden yapılandırılmasının kaliteli ve başarılı olduğu anlaşılır. PSNR değeri aşağıdaki 2.4’deki formül ile hesaplanır (Dhawale, Hegadi ve Jambhekar, 2014: 5).

$$PSNR = \log_{10} \quad (2.4)$$

PSNR formülü görüldüğü üzere başka bir ölçüm parametresi olan MSE değerine bağlı olarak hesaplanır. MAX_1 değeri var olan en yüksek piksel değeridir.

SONUÇ

512x512 boyutundaki resimlere DCT ve DWT metotlarında 40KB büyüklüğündeki gizli mesajlar resim ve metin verisi olarak yüklenilmiştir. Yüklemeler sonrasında yeni oluşan siyah beyaz steganografik resimler ve orijinal halleri ile kıyaslanmasından sonra çıkan PSNR değerleri Tablo 1'deki gibidir.

Çizelge 1: DCT-DWT PSNR değerleri

DENEMELER	DWT- PSNR	DCT - PSNR
DENEME1	50,1016	38,1549
DENEME4	50,2364	40,1903
DENEME7	50,7428	40,4352

Makalemizin performans parametreleri bölümlerinde bahsettiğimiz, düşük PSNR değeri başarıda azlığı göstermektedir. Bu bilgiden yola çıkarak oluşturduğumuz bu senaryoda PSNR değeri düşük olan DCT algoritmasının steganografi oluşturmada DWT algoritmasına göre daha az başarılı olduğunu söylemek mümkündür. DWT yöntemi tüm deneme resimlerinde DCT yöntemine göre daha yüksek PSNR değerleri elde etmiş yani daha başarılı olmuştur. Bunu ispatlayan çalışma sonuçlarımız Tablo 1. DCT-DWT PSNR değerlerinde gösterilmiştir. Z-skor çalışmamızda ise farkına varılmayı kıyaslayan PSNR değerlerinden farklı olarak, istatistiksel olarak benzerliği ölçmekteyiz. Z-skor bölümümüzdeki tabloda da gösterildiği gibi, eğer steganografimiz farkına varılırsa DCT istatistiksel olarak verinin bulunmasını daha da zorlaştıran bir yapıya sahiptir. Aşağıda gösterilen deneme7 isimli resimli uygulamamızda DCT senaryosu istatistiksel olarak DWT'den daha başarılı olmuş ve diğer tüm denemelere göre daha başarılı bir değer almıştır.



Şekil 1: Deneme7 Taşıyıcı Resim



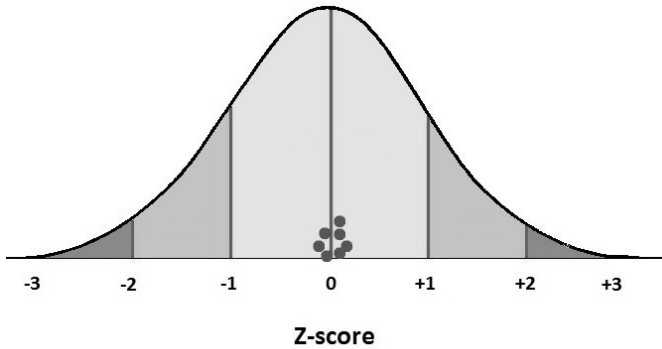
Şekil 2: Deneme7 Steganografik Resim

Z-SCORE

Bilinen Z-skor uygulamaları gibi ilk önce standartlaştırma yapılmıştır. Tüm verilerin ortalama değeri elde edilmiştir. İlk olarak taşıyıcı veri ve steganografik veri matrislerden dizi formatına çekilmiştir. Daha sonrasında bu iki dizinin elemanlarının, sayısal değerler açısından farkları alınmıştır ve daha öncesinden bulunmuş olan standart sapma değerine bölünmüştür. Elde edilen sonuçlar aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Tablo 2'deki sonuçlar her bir deneme resmi için elde edilen ortalama değerlerdir. Bu değerler Z-skor eğrisinde dağılımı göstermektedir (Göçmen, 2011).

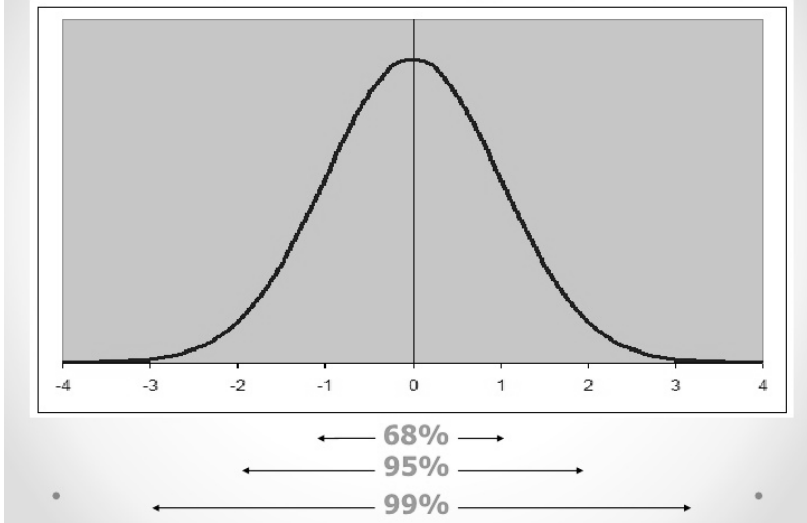
Çizelge 2: DWT ve DCT Z-Score Değerleri

DENEMELER	DWT- Zscore	DCT - Zscore
DENEME1	3,1734	1,2705e-04
DENEME4	2,1127	-1,5367e-04
DENEME7	2,4425	0,7676e-04



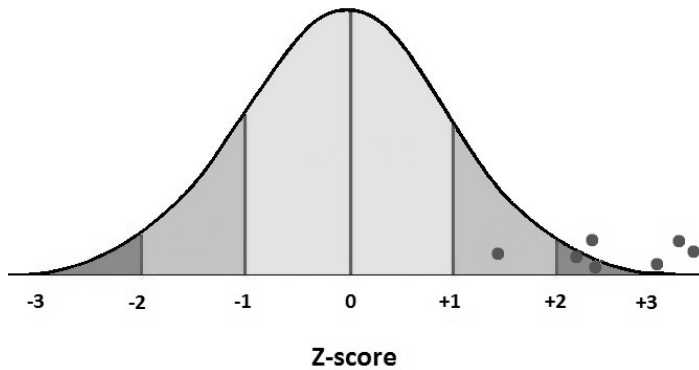
Şekil 3: Z-skor Eğrisinde DCT Verilerinin Dağılımı

Yukarıdaki resimde DCT verilerinin Z-skor eğrisindeki dağılımının özet bir kısmı görülmektedir. Yukarıdaki tablo değerleri her steganografik deneme resmi için bulunan ortalama Z-skor değeridir. DCT sistemi için elde edilen tüm değerler 0.08 ile 0.02 arasında değişmektedir. Aşağıdaki Şekil 4'deki Z-skor eğrisinden anlaşılacağı üzere, DCT'nin verilerin dağılımını istatistiksel olarak sıkışık topladığını göstermektedir.



Şekil 4: Z-skor Eğrisi Üzerinde DCT Verilerinin Dağılımı

DCT sistemi gizli veriyi taşıyıcı resmin istatistiksel olarak %68’lik bir kısmında saklayabilmiş ve bu durum PSNR değerlerinin düşük çıkmasına sebebiyet vermiştir. Aşağıdaki Şekil 5’de DWT’nin ortalama piksellerinin dağılımını göstermektedir. Buradaki dağılım DCT algoritmasına göre daha rastgeleliği yüksek ve geniştir.



Şekil 5: DWT Ortalama Piksel Dağılımı

Yukarıdaki Şekil 5’de gösterdiğimiz Z-skor eğrisinde gösterdiğimiz değerlere göre DWT taşıyıcı resmin %99’luk bir kısmına veri gizleme işlemi yapılmaktadır. Daha fazla alanda veri saklaması MSE değerinin düşmesine ve PSNR değerlerinin yüksek çıkmasını sağlar. Z-skor çalışmamız DCT ve DWT sistemlerinin veri gizlerkenki veri dağılımlarını istatistiksel olarak göstermektedir. DWT sistemimizin neden daha yüksek PSNR değerine sahip olduğunu istatistiksel dağılım açısından ispatlamaktadır.

KAYNAKÇA

Anderson, R. J. ve Petitcolas, F. A. P. (1998). “On The Limits of Steganography”, *IEEE Journal of Selected Areas in Communications*, 16(4):474-481.

Pfützmann, B. (2004). “Information Hiding Terminology in Information Hiding. Springer Lecture Notes in Computer Science”, 1174: 347-350.

Dhawale, C. A., Hegadi, R. ve Jambhekar, N. D. (2014). “Performance Analysis of Digital Image Steganographic Algorithm”, *ICTCS '14*, November 14 – 16, 2014, pp. 1-7.

Medeni, M. B. O. ve Souidi, M. (2009). “A Steganography Schema and Error-Correcting Codes”, *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 18(1): 42-47.

Dalvi, A. ve Kamathe, R. S. (2015). “Color image steganography by using dual wavelet transform (dwt, swt)”, *International Journal of Scientific Engineering and Research (IJSER)*, 3(7): 1-6.

Göçmen, M. (2011). “Z-Score Sunumu”. <http://www.slideshare.net/mgocmen37/z-skorzscore> adresinden alındı. (Erişim Tarihi: 22/06/2016)

HAZIR GIYİM İŞLETMELERİNİN İNTERNET KULLANIMI: İSTANBUL ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÖZBEK
Marmara Üniversitesi
aozbek@marmara.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0001-5015-8082>

ÖZ

İnternet, işletme faaliyetlerinde verimliliği artırarak işletmelere önemli rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu çalışma kapsamında; Türkiye için stratejik bir sektör olan hazır giyim sektöründeki işletmelerin interneti; iletişim, bilgi arama, bilgi yayma (paylaşma) ve pazarlama gibi faaliyetlerinde kullanımları incelenmiştir. Araştırma kapsamında İSO (İstanbul Sanayi Odası)'ya üye 103 hazır giyim işletmesinden anket tekniği kullanılarak veri toplanmıştır. Toplanan verilerin analizinden; hazır giyim işletmelerinin interneti; iletişim ve bilgi arama amacıyla her zaman, bilgi paylaşma amacıyla sık sık, pazarlama amacıyla bazen kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca; işletmelerin interneti iletişim amacıyla; genellikle müşteriler, tedarikçiler ve toptancılarla iletişimde daha fazla kullandıkları, bilgi arama amacıyla interneti; ürün trendleri, yeni teknolojiler (makine, aparat, donanım vb.) ve yeni ürünler hakkında bilgi edinme amacıyla öncelikli olarak kullandıkları, bilgi paylaşma amacıyla interneti; personel ilanı, tanıtım ve toptancı-perakendecilere bilgi sağlama amacıyla öncelikli olarak tercih ettikleri ve pazarlama amacıyla interneti; ürün satışı, dağıtım ve ihracatında daha fazla tercih ettikleri sonucuna varılmıştır. Sonuç olarak ise; hazır giyim işletmelerinin özellikle pazarlama ve ardından bilgi paylaşımında interneti yeterince kullanmadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hazır Giyim İşletmeleri, İnternet Kullanımı, İletişim, Bilgi Arama, Bilgi Yayma (Paylaşma), Pazarlama

INTERNET USE OF APPAREL COMPANIES: THE CASE OF ISTANBUL

ABSTRACT

The internet provides significant competitive advantages to establishments by increasing the efficiency of businesses' activities. In this study, a four-factor scale was developed to measure to what degree apparel establishments use the internet for vital business activities such as communication, information searching, information sharing, and marketing. The scale was applied to 103 apparel establishments, which are members of the Istanbul Chamber of Industry (ISO). The analysis of the data obtained using the scale showed that apparel establishments used the internet always for communication and information searching, often for information sharing, and sometimes for marketing. Also, the establishments were found to use the internet to communicate with customers, suppliers, and wholesalers under the communication category; to obtain information about new technologies and new products under the information sharing category; to publish job postings, promote their products, and share information with wholesalers and retailers under the information sharing category; and for sales, distribution, and export under the marketing category. On a general note, it was concluded that the apparel establishments did not use the internet on a sufficient level for marketing and information sharing in particular.

Keywords: *Apparel, Internet, Communication, Information Searching, Information Sharing, Marketing*

GİRİŞ

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin giyim üretimine yapmış oldukları aşırı yatırımlardan kaynaklanan üretim fazlalığı, Asya ülkelerinin sahip olduğu maliyet avantajı nedeniyle maliyet rekabetinin çok önemli boyutlara ulaşmış olması, aşırı ürün çeşitliliği, ürün yaşam döngüsünün kısalığı, ürün talep tahmininin zorluğu, modanın hızlı değişimi, sezon sayısının fazlalığı, uzun ve esnek olmayan ürün tedarik süreleri, üretim kaynaklı problemler (beden, parça sayısı ve stok kalemlerinin çokluğu, renk, aksesuarlar ve yardımcı malzemelerin çeşitliliği vb.) gibi çok sayıda problem günümüz hazır giyim işletmelerinin başarısını ciddi bir şekilde etkilemektedir (Özelmas Kahya, 2009; Kanat, 2012; Kaya, 2013; Kahya ve Aydın, 2014). Ayrıca gelecekte sektördeki rekabetin daha da artacağı öngörülmektedir (Şat Sezgin, 2017). Bu ortamda işletmelerin başarısı; mevcut müşteriyi memnun etme, yeni müşteriler bulma, yeni ürünler üretme, ürünlerin kalitesini ve üretim hızını artırma, ürün teslim

süresini kısaltma, maliyetleri düşürme ve müşteri taleplerine hızlı cevap verme kabiliyetlerine bağımlı hale gelmiştir (Karabay, 2006; Kaya, 2013). Bu ortamda işletmelerin kendilerini başarılı kılacak kabiliyetler geliştirmelerine yardımcı olabilecek en gelişmiş teknolojilerden birisi şüphesiz günümüzde internettir (Karaduman, 2009; Özbek, 2010).

İnternet işletmelerin iletişimini güçlendirerek; müşteriye erişim, ihracat engellerini azaltma, psikolojik mesafeyi kapatmalarına yardımcı olur işletmelerin karar kalitesini iyileştirmeye yardımcı olur. Diğer taraftan işletmelerin; pazar araştırması, tutundurma, satış geliştirme, pazara hızlı cevap verebilme, maliyetleri düşürme ve rekabet avantajı sağlamalarını kolaylaştırır (Medina vd., 2017; Yuldinawati vd., 2018; Marangoz ve Özberk, 2019). Ayrıca sağladığı bilgi sayesinde ise işletmelerin müşteriler ve küresel pazarlara erişimini kolaylaştırır (Isaac vd., 2018; Yuldinawati vd., 2018). Daha da önemlisi internet bu faydaları 7 gün ve 24 saat kesintisiz sağlar (Medina vd., 2017). Örneğin internet teknolojisi olan sosyal ağlar, tüketicilerin karakterlerine, değerlerine ve alışkanlıklarına göre belirlenmiş, kişi odaklı ve bireye yönelik pazarlama imkânı sunarak işletmelere önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır (Özmen, 2018). İnternet, sağladığı bu imkânlarla günümüz işletmelerinin büyümesi ve gelişmeleri için gerekli teknolojik araçlardan biri haline gelmiştir (Isaac vd., 2018). Bu nedenle de günümüz işletmeleri interneti neredeyse faaliyetlerinin tamamında kullanılabilir hale gelmiştir. Bu çalışmada, Türk hazır giyim işletmelerinin; iletişim, bilgi arama, bilgi yayma (paylaşma) ve pazarlama faaliyetlerinde internet kullanımını ölçmek için dört adet ölçek geliştirilmiştir. Geliştirilen bu ölçekler test edilmiş ve geçerlilikleri tespit edilmiştir. Ayrıca geliştirilen ölçekler Türk hazır giyim işletmelerine uygulanmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İnternetin Kullanım Amaçları

İnternetin çok çeşitli kullanım alanları mevcut olsa da bu çalışma kapsamında, işletmelerin interneti; iletişim, bilgi arama, bilgi yayma (paylaşma) ve pazarlama faaliyetlerindeki kullanımına odaklanılmıştır.

İşletmelerin İletişim Amaçlı İnternet Kullanımı

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi, ürünlerini çeşitlenmesine ve işletmeler arası rekabetin artmasına neden olmuştur. Bu durumda pazarda, gücün işletmelerden tüketiciye geçmesine yol açmıştır. Artık işletmeler, ürün üretmeden önce hedef tüketicisinin istek ve ihtiyaçlarını saptamak ve onları tatmin edecek mal ve hizmetler üretmek durumundadırlar. Böylece işletmelerin

başarısı, mevcut ve potansiyel müşterileriyle etkin ve devamlı iletişim kurabilme yeteneklerine bağımlı hale gelmiştir (Burucuoğlu, 2011; Ersoy ve Gülmez, 2013; Duygun ve Alnıpak, 2017). İşletmelerin bu iletişimi sağlayabilmeleri için kullanacağı araçlar; radyo, tv, internet, gazete vb. kitle iletişim araçlarıdır (Çakır ve Topçu, 2005). Bu iletişim araçları içinde internet sahip olduğu; web siteleri, elektronik postalar, arama motorları, online (çevrim içi) reklamlar gibi pek çok araç sayesinde günümüzde bu iletişimi sağlayabilecek en gelişmiş teknolojilerden birisi durumundadır (Aktan, 2015). İnternetin sahip olduğu bu araçlar; işletmelere tüketicileriyle, yazılı (e-posta, anlık mesajlaşma), sözlü ve görüntülü iletişimi (telekonferans, video konferans, ortak veri tabanı, sesli-görüntülü iletişim) hızlı, güvenli ve ucuz bir şekilde gerçekleştirmelerine imkân tanımaktadır (Şahin ve Demir, 2005; Acılar, 2007; İyiler, 2009; Özbek, 2010; Karaca, 2012; Çelik, 2016). İnternetin işletmeler tarafından iletişim amacıyla kullanılması işletmelere; dünyanın herhangi bir yerindeki müşteriyle iletişime geçebilme, müşterinin ürünler hakkındaki düşüncelerini öğrenebilme, kişiye özgü giysi siparişleri alarak müşteri kitlesini genişletebilme, diğer işletmelerle ilişki ve stratejik ortaklıklar kurabilme, üretim, pazarlama ve yönetim gibi faaliyetlerini coğrafi konumdan bağımsız olarak en yüksek verimliliği elde edebileceği farklı ülke ve / veya bölgelere konumlandırarak bağımsız yürütebilme imkânı sunmaktadır (Acılar, 2007; İyiler, 2009; Karaduman, 2009; Turhan vd., 2010; Özbek, 2010; Özmen, 2011; Ünver, 2013).

İşletmelerin Bilgi Arama Amaçlı İnternet Kullanımı

İşletmeler, faaliyetlerini (araştırma - geliştirme, üretim, pazarlama, satış sonrası hizmetler vb.) sürdürebilmek için bilgiye ihtiyaç duyarlar. Günümüzde pek çok bilgi kaynağı mevcut olsa da; en gelişmiş, en hızlı ve ucuz bilgi kaynağı şüphesiz internettir (Acılar, 2007; Aktan, 2015; Yuldinawati vd., 2018).

İşletmeler, kamu-sivil toplum kurumları ve rakiplerinin web sayfaları, sosyal medya ve e-posta gibi internet teknolojilerinden yararlanarak bilgi ihtiyacını karşılama yoluna giderler. İnternet sayesinde işletmeler; rakiplerin durumu, yeni üretim teknolojileri ve tedarikçiler gibi işletme için hayati derecede önemli bilgiler edinebilirler. Ayrıca potansiyel pazar belirleme, pazar potansiyelini ölçme, pazardaki ürün trendleri ve yenilikler, müşteri satın alma gücü ve davranışı, müşterinin üründen beklenti ve memnuniyet gibi önemli bilgiler de sağlayabilir. Bu bilgileri doğru elde eden ve kullanan işletmeler ise amaçlarına daha kolay bir şekilde ulaşabilirler (Acılar, 2007; İyiler, 2009; Turhan, 2010; Karaca, 2012; Aktan, 2015).

İşletmelerin Bilgi Yayma (Paylaşma) Amaçlı İnternet Kullanımı

Bilgi paylaşımı işletmelere; en uygun tedarikçiler hakkında bilgi ve tedarik zinciri üyelerine güncel ve doğru veri sağlar (envanter, tedarik süresi, ödeme, faturalama vb.), işletmelerin müşteri ilişkilerini geliştirir, sipariş girme hatalarını ve iş tekrarlarını azaltır ve iletişimlerini hızlandırır (Karaduman, 2009; Gürsoy, 2013). Bu nedenlerle işletmeler amaçlarını gerçekleştirmek ve başarılı olmak için paydaşlarıyla (çalışanlar, diğer işletmeler, müşteriler, tedarikçiler vb.) gönüllü olarak bilgi paylaşımı gerçekleştirirler (Demirel, 2008). İşletmelerin internetten bilgi paylaşımına, kendileri ve ürünleri hakkında bilgi içeren web sitelerini oluşturarak başlamışlardır (Yıldız ve Özsoy, 2013; Ünver, 2013; Çelik, 2016; Duygun ve Alnıpak, 2017). İlerleyen zamanla işletmeler internetten bilgi paylaşımı yoluyla, web siteleri ve e-posta kullanarak, müşterilerine çok daha fazla sayıda ürün seçeneği sunabilmekte, ürün ve hizmetleri hakkında daha detaylı bilgi paylaşma, tanıtım ve satış yapma imkânı elde etmişlerdir (Elibol ve Kesici, 2004; Özmen, 2011; Karaca, 2012). Ayrıca yine işletmeler internet sayesinde, pazara sundukları ürün ve hizmetleri destekleyecek; video, ses, grafik, yazı ve animasyon gibi araçların hepsini aynı anda ve bir arada kullanarak, ürün veya hizmetleri hakkında 7 gün 24 saat, hızlı ve çok düşük maliyetle, paydaşlarına bilgi paylaşabilmektedirler. Paydaşları da bu bilgileri kendi aralarında paylaşabilme imkânı elde etmişlerdir (Acılar, 2007; Özmen, 2011; Ünver, 2013).

İşletmelerin Pazarlama Amaçlı İnternet Kullanımı

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi, geleneksel pazarlamayı değiştirerek tüm pazarları kısıtlamasız ve hızlı bir şekilde ürün satılabilir tek bir pazar haline dönüştürmüştür (Akbaba ve Özdemir, 2013). Bu yeni pazar; hızlı, birebir iletişim olanağı sağlayan, kullanımı kolay, maliyeti düşük, geleneksel pazarlamadaki zaman alıcı ve mali yük getiren birçok aşamayı (büro açma, dağıtıcı bulma, stoklama, reklam vb.) ortadan kaldıran, rekabet gücünü artıran, ürünleri daha geniş tüketici kitlesine etkili ve ucuz bir şekilde pazarlayabilmeye olanak sağlayan internet teknolojilerini kullanmayı gerektirmektedir (Yeniceri, 2008; İyiler, 2009; Akbaba ve Özdemir, 2013; Ünver, 2013; Yıldız ve Özsoy, 2013; Aktan, 2015; Kızılaslan ve Ünal, 2015; Öztürk, 2016; Doğanlar, 2016). İnternet sayesinde işletmeler; web sitesi ve e-postayı kullanarak dünyanın her yerindeki internet kullanıcısı tüketiciye 7 gün 24 saat ulaşabilmekte, reklam ve tanıtım broşürlerini basmak yerine e-posta ile dağıtabilmekte (Turhan vd., 2010), web sayfası aracılığıyla üye müşterilerinden elde ettiği verileri kullanarak çok daha etkin ve daha az maliyetli pazarlama faaliyetleri geliştirebilmekte (Çelik, 2016), sosyal ağları izleyerek tüketicilerinin, düşüncelerini ve tercihlerini yönlendiren etmenleri belirleyerek tüketicileri yönlendirebilmektedir (Say, 2015). Kısaca basit bir yerel işletme internet teknolojilerinden yararlanarak tüm dünyaya ürün pazarlayabilir duruma gelmiştir (Akbaba ve Özdemir, 2013).

Yukarıda açıklanan avantajları düşünüldüğünde; internete gereken önemi veren ve işletme faaliyetlerinde interneti yaygın şekilde kullanan işletmelerin, rekabet avantajı elde edebileceklerini söyleyebiliriz (Karaca, 2012; Akbaba ve Özdemir, 2013; Gündebahar ve Khalilov, 2013; Doğanlar, 2016; Şat Sezgin, 2017).

LİTERATÜR TARAMASI

İşletmelerin internet kullanımlarıyla ilgili literatür incelenmiş olup aşağıda bazı örnekler verilmiştir.

Onyijen vd. (2019), Güneybatı Nijerya'daki sosyal medya platformlarının etkinliklerini işletme düzeyinde incelemişlerdir. Bu amaçla, 400 tüketici teknolojisi ve giyim işletmesinden yapılandırılmış anketle veri toplamışlardır. Verilerin analizinden; işletmelerin ürün pazarlama faaliyetleri için sosyal medya platformlarını kullanmalarının satış performansları üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca müşteri sadakatinin sosyal web platformları üzerinden kazanılabileceğini tespit etmişlerdir.

Yuldinawati vd. (2018) Endonezyalı KOBİ (Küçük ve Orta Ölçekli İşletme) girişimcilerinin internet hakkındaki görüşlerini, 32 KOBİ girişimci üzerinde Odak Grup Yöntemiyle araştırmışlardır. Araştırma sonucunda; Endonezyalı girişimcilerden, interneti kullanmayan ve internetin işletmelerinin performansını artırabileceğine inandıran birçok girişimci olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca girişimcilerin; internet bilgi becerileri, internet iletişim becerileri, internet içeriği oluşturma becerileri ve internet pazarlama becerileri gibi motivasyon ve becerilerden yoksun olduğunu tespit edilmiştir.

Sharifonnasabia vd., (2018) Malezya'daki (Kuala Lumpur ve Selangor) turizm KOBİ'lerinin internet kullanımını araştırmışlardır. Araştırma kapsamında ilgili KOBİ'lerin 77'sinden anket yoluyla veri elde etmişlerdir. Verilerin analizinden; KOBİ'lerin çoğunun internet kullanımını önemli buldukları, KOBİ'ler arasında web kullanımı ve benimseme düzeyinin orta düzeyde olduğu, KOBİ faaliyetleri ve KOBİ'lerin büyüklüğünün internet kullanımı ve benimseme üzerinde önemli olduğu ve ayrıca internet algısı ve KOBİ faaliyetlerinin KOBİ'lerin organizasyon performansını önemli ölçüde artırdığı sonucuna ulaşmışlardır.

Mukamanzi ve Ndikubwimana (2018) Ruanda'daki KOBİ'lerin Bilgi İletişim Teknolojilerini (BİT) benimseme ve kullanmasını etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Bu amaçla 180 KOBİ'ye yapılandırılmış bir anket uygulamışlardır. Elde edilen verilerden; KOBİ'lerin BİT'i benimsenmesinde algılanan maliyetlerin ve dış faktörlerin önemsiz olduğu, algılanan fayda, algılanan maliyet ve BİT bilgisinin BİT'in benimsenmesinde önemli olduğunu tespit etmişlerdir.

Karaman ve Sayın (2017) küçük otel işletmelerinde internet kullanımını araştırmışlardır. Araştırma kapsamında Mersin'in Silifke ilçesinde 45 küçük otel yöneticisine yüz yüze görüşülerek anket uygulamışlardır. Çalışma sonucunda küçük otellerin çoğunluğunda internetin kullanıldığı fakat yöneticilerinin internetin kullanım alanları konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıklarını tespit etmişlerdir.

Mokhtar (2015) Malezya'daki küçük işletmelerin internet pazarlamacılığını araştırmıştır. Araştırma kapsamında; Malezya'daki 10 küçük işletme sahibinden derinlemesine yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle veri elde etmiştir. Verilerin analizinden; internet pazarlamasını benimseyen küçük işletmelerin pazarlarını genişlettikleri, pazarlama maliyetlerini düşürdükleri ve müşteri ilişkilerini geliştirdikleri sonucuna ulaşmıştır.

Yamoah (2014) Gana'daki küçük ve orta ölçekli işletmelerin interneti pazarlama amacıyla kullanımlarını araştırmıştır. Araştırma kapsamında seçilen altı KOBİ yöneticisinden yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle veri elde etmiştir. Araştırma sonucunda; internette pazarlanan ürün ve hizmetleri kullanan tüketici sayısının artmakta olduğu, çevrim içi iş hacminin hâlâ düşük olduğu, işletmelerin internet pazarlamasıyla ilgili istekli oldukları, tüketicileri iyi bilgilendirilmemiş ve eğitilmiş olmadıkları ayrıca ülkedeki internet kaynaklarının sınırlı olması, internet iş işlemleri için çaba harcanmak zorunda kalınmasının internetten pazarlama için önemli dezavantaj olduğu sonucuna varılmıştır.

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Literatür incelendiğinde işletmelerin çeşitli sektörlerde internet kullanımlarını konu alan araştırmalara rastlanmıştır. Ancak bu araştırmalar genellikle; işletmelerin interneti benimseme ve kullanmasını etkileyen faktörler, işletmelerin internet hakkındaki görüşleri, internetten pazarlama ve sosyal medyanın işletme performansına etkileri gibi konularla sınırlı kaldığı tespit edilmiştir. Bu araştırma işletmelerin internet kullanımını derinlemesine incelemeye odaklanmıştır. Bu nedenle işletmelerin internet kullanımı bu araştırma da alt boyutlar olan; iletişim, bilgi arama, bilgi yayma (paylaşma) ve pazarlama amacıyla kullanımı boyutlarında ele alınmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma için nicel araştırma yöntemi seçilmiştir. Araştırmaya işletmelerin internet kullanımları hakkında literatür taranarak başlanmıştır. Literatür taraması sonucunda, işletmelerin interneti; iletişim, bilgi arama, bilgi yayma (paylaşma) ve pazarlama gibi alt boyutlar da kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Veri elde

etmek yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde işletmeler ile ilgili genel sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde işletmelerin iletişim amaçlı internet kullanım ölçeği (5 madde), üçüncü bölümde işletmelerin bilgi arama amaçlı internet kullanım ölçeği (6 madde), dördüncü bölümde işletmelerin bilgi yayma amaçlı internet kullanım ölçeği (6 madde) ve beşinci bölümde işletmelerin pazarlama amaçlı internet kullanım ölçeği (6 madde) bulunmaktadır.

İlgili ölçekleri geliştirebilmek amacıyla öncelikle literatür taranmıştır. Literatür taramasına ek olarak 10 adet hazır giyim işletmesiyle yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak beşli Likert şeklinde dört adet ölçek geliştirilmiştir. Ölçeklerdeki ifadeler “1 = Hiçbir zaman, 2 = Nadiren, 3 = Bazen, 4 = Sık Sık ve 5 = Her zaman” şeklindedir. Geliştirilen ölçeklerden oluşan anket ilk uygulama olarak 30 adet işletmeye uygulanmıştır. Uygulama sonucunda elde edilen verilerden ölçeklerin güvenilirlik analizi sonuçları oluşturulmuş olup sonuçlar Tablo 1’de verilmiştir. Tablo 1’e göre ölçeklerin Cronbach’s Alpha değerleri 0,700’ün üzerinde olduğundan dört ölçek de güvenilir kabul edilmiştir.

Tablo 1: Ölçeklerin güvenilirlik analizi sonuçları

Ölçekler	Cronbach’s Alpha	Soru Sayısı
İletişim Amaçlı İnternet Kullanımı Ölçeği	,822	5
Bilgi Arama Amaçlı İnternet Kullanımı Ölçeği	,831	6
Bilgi Paylaşma Amaçlı İnternet Kullanımı Ölçeği	,877	6
Pazarlama Amaçlı İnternet Kullanımı Ölçeği	,765	6

Araştırmanın Örnekleme

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Girişimci Bilgi Sistemi verilerine göre; İstanbul Türkiye’deki hazır giyim ve tekstil işletmelerinin %61,2’lik kısmına ev sahipliği yapmaktadır (İTKİB, 2018). Bu nedenle araştırmanın evrenini İstanbul’daki hazır giyim işletmeleri oluşturmaktadır. İşletmelerin Sanayi Odalarına kayıtlı olmaları gerektiğinden İSO’ya üye hazır giyim işletmeleri araştırmanın örnekleme seçilmiştir. İSO’ya üye 2663 hazır giyim işletmesi tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında tüm işletmelere ulaşılmaya çalışılmıştır. Fakat ilgili işletmelerden e-posta adresi olmayanlar ve tasfiye aşamasında olanlar

araştırma kapsamı dışında bırakılmak zorunda kalınmıştır. Sonuç olarak 2043 hazır giyim işletmesine anket, eposta yoluyla gönderilmiştir. İlgili hazır giyim işletmelerinden 264 tanesi ankete cevap vermiştir. Cevap veren 264 işletmeden 161'i eksiklikler nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır. Sonuç olarak 103 hazır giyim işletmesinin verileri analize tabi tutulmuştur.

Araştırmanın Kısıtı

Araştırma sadece İSO'ya kayıtlı hazır giyim işletmelerinden elde edilen verilere dayanması en önemli kısıttır. Diğer bir kısıt ise işletmelerin; bazılarının ankete cevap vermemesi, bazılarının eksik cevaplar vermesi ve diğer bazı işletmelerin ise anket formlarını ciddiye almayarak cevaplaması nedeniyle örneklem sayısının düşük olmasıdır. Bu kısıtlar altında elde edilen veriler araştırmanın sonuçlarını oluşturulmuştur.

BULGULAR

Araştırmaya katılan işletmelerin; %33,9'u kendi ürününü üretmekte, %29'u fason üretim yapmakta, %20,9'u kendi ürünlerini fason olarak ürettirmekte ve %16'sı ise ürün pazarlamaktadır. Ayrıca işletmelerin; %65'i kendi markasına sahip, %88,3'ü ihracat yapmakta ve %52,4'ü ithalat yapmaktadır.

Araştırmaya katılan işletmelerin %86,4 (89 adet)'ü internet sitesine sahipken, %13,6 (14)'ünün internet sitesi bulunmamaktadır. Ayrıca işletmelerin %53,3 (55)'ü internet sitesi için bütçe ayırırken, %46,7 (48)'si ayırmamaktadır.

Faktör Analizi Bulguları

Ölçeklerin faktör analizi sonuçları ise Tablo 2'de verilmiştir. Tabloya göre; birinci ölçek işletmelerin İletişim amacıyla internet kullanımını ölçmek amacıyla geliştirilmiş olup KMO Değeri 0,787'dir. İkinci ölçek, işletmelerin bilgi arama amacıyla internet kullanımını ölçmekte olup KMO Değeri 0,813'tür. Üçüncü ölçek, işletmelerin bilgi paylaşma amacıyla internet kullanımını ölçmekte olup KMO Değeri 0,763'tür. Dördüncü ölçek, işletmelerin pazarlama amacıyla internet kullanımını ölçmekte olup KMO Değeri 0,696'dır. Dördüncü ölçekteki birinci sorunun (İşletmemiz kendi web sitesini ürünlerini satmak için kullanmaktadır.) faktör yükünün (,541) düşük olmasından dolayı soru ölçekten çıkarılmıştır. Sonuç olarak; dört ölçeğinde KMO değerlerinin 0,600'ın üzerinde ve Sig değerleri 0,05'ten küçük oldukları için geçerli olduklarına karar verilmiştir.

Tablo 2: Ölçeklerin Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek	Faktörler	Faktör Yükleri	Faktör Ort.	Açıklanan Kümülatif Varyans	KMO	X ²	Sig.
İletişim Amaçlı İnternet Kullanımı Ölçeği	İşletmemiz, çalışanlarıyla iletişim için interneti kullanmaktadır.	,741	2,948	58,966	0,787	161,122	,000
	İşletmemiz, tedarikçileriyle iletişim için interneti kullanmaktadır.	,789					
	İşletmemiz, toptancılarıyla iletişim için interneti kullanmaktadır.	,813					
	İşletmemiz, perakendecileriyle iletişim için interneti kullanmaktadır.	,781					
	İşletmemiz, müşterileriyle iletişim için interneti kullanmaktadır.	,712					

Bilgi Arama Amaçlı İnternet Kullanımı Ölçeği	İşletmemiz, yeni bir ürün geliştirmek için interneti kullanmaktadır.	,705	3,360	56,000	0,813	209,220	,000
	İşletmemiz, üretimde kullanacağı yeni teknolojileri (makine, aparat, donanım vb.) araştırmak için interneti kullanmaktadır.	,752					
	İşletmemiz, pazar araştırması yapmak için interneti kullanmaktadır.	,774					
	İşletmemiz, müşteri memnuniyetini öğrenmek için interneti kullanmaktadır.	,729					
	İşletmemiz, rakipleri hakkında bilgi sağlamak için interneti kullanmaktadır.	,791					
	İşletmemiz, ürün trendlerini takip etmek için internet kullanmaktadır.	,737					

Bilgi Paylaşma Amaçlı İnternet Kullanımı Ölçeği	İşletmemiz, kendisini tanıtmak için interneti kullanmaktadır.	,858	3,743	62,376	0,763	327,736	,000
	İşletmemiz ürünlerini tanıtmak için interneti kullanmaktadır.	,843					
	İşletmemiz ürünlerinin reklamını yapmak için interneti kullanmaktadır.	,868					
	İşletmemiz tedarikçileriyle bilgi paylaşımını (üretim için ihtiyacı olan malzemeleri internet yoluyla tedarikçilere bildirmesi vb.) için interneti kullanmaktadır.	,704					
	İşletmemiz toptancı ve perakendecileriyle bilgi paylaşımını (toptancı ve perakendecilerin ürün isteklerini internet yoluyla işletmeye bildirmesi vb.) için interneti kullanmaktadır.	,746					
	İşletmemiz personel ilanı için interneti kullanmaktadır.	,700					

Pazarlama Amaçlı İnternet Kullanımı Ölçeği	İşletmemizin kendisinin olmayan web sitelerini (örneğin; gittigidiyor.com vb.) ürünlerini satmak için kullanmaktadır.	,607	2,590	51,806	0,696	119,295	,000
	İşletmemiz ürünlerini ihraç etmek için interneti kullanmaktadır.	,834					
	İşletmemiz, ürün (üretimde kullanacağı malzemeler vb.) ithal etmek için interneti kullanmaktadır.	,753					
	İşletmemiz internette ürün (üretimde kullanacağı malzemeler vb.) satın almak için interneti kullanmaktadır.	,694					
	İşletmemiz, ürünlerinin dağıtım faaliyetleri (toptancı ve perakendecilere ulaştırılması vb.) için interneti kullanmaktadır.	,692					

Hazır Giyim İşletmelerinin İletişim Amacıyla İnterneti Kullanımı

Hazır giyim işletmelerin iletişim amacıyla internet kullanım düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilen ölçeğe işletmelerin vermiş olduğu cevaplardan oluşan değerler Tablo 3'te verilmiştir. Bu ölçeğe verilen değerlerin ortalaması 4,27'dir. Elde edilen bu değer işletmelerin iletişim amacıyla her zaman interneti kullandıklarını göstermektedir. Ayrıca yine Tablo 3'e göre işletmelerin; müşteriler, tedarikçiler ve çalışanlarla iletişimlerinde interneti daha fazla kullandıkları da görülmektedir.

Tablo 3: İşletmelerin İletişim Faaliyetlerinde İnterneti Kullanımı Konulu Sorulara Vermiş Olduğu Cevaplardan Oluşan Ortalama ve Standart Sapmalar

İfadeler	Örneklem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
İşletmemiz, müşterileriyle iletişim için interneti kullanmaktadır.	99	4,57	,939
İşletmemiz, tedarikçileriyle iletişim için interneti kullanmaktadır.	100	4,46	1,077
İşletmemiz, toptancılarıyla iletişim için interneti kullanmaktadır.	98	4,16	1,199
İşletmemiz, perakendecileriyle iletişim için interneti kullanmaktadır.	96	4,10	1,294
İşletmemiz, çalışanlarıyla iletişim için interneti kullanmaktadır.	100	4,08	1,419
Genel Ortalama	98,6	4,27	1,1856

İnternet sitesi sahibi olan ve olmayan işletmelerin interneti iletişim amacıyla kullanım düzeylerinin karşılaştırılması için yapılan t testi Tablo 4'te verilmiştir. Tabloya göre internet sitesi sahibi olan işletmelerin ve olmayan işletmelerin interneti iletişim amacıyla kullanım düzeylerinin birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir ($t_{0,05;98} = 3,199$). Buna göre, internet sitesi sahibi olan işletmelerin interneti iletişim amacıyla kullanım düzeyleri ($X=4,3762$) internet sitesi sahibi olmayan işletmelerin düzeyinden ($X=3,5821$) daha yüksektir.

Tablo 4: İnternet Sitesi Sahibi Olan ve Olmayan İşletmelerin İnterneti İletişim Amacıyla Kullanım Düzeylerinin Karşılaştırılması İçin T Testi Tablosu

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	t	df	p
İnternet Sitesi Sahibi Olan	86	4,3762	,70888	3,199	98	,002
İnternet Sitesi Sahibi Olmayan	14	3,5821	1,51906			

İnternette bütçe ayıran ve ayırmayan işletmelerin interneti iletişim amacıyla kullanım düzeylerinin karşılaştırılması için yapılan t testi sonuçları Tablo 5'te verilmiştir. Tabloya göre internette bütçe ayıran işletmelerin ve bütçe ayırmayan işletmelerin interneti iletişim amacıyla kullanım düzeylerinin birbirinden farklı olduğu görülmektedir ($t_{0,05;98} = 3,199$). Buna göre, internette bütçe ayıran işletmelerin interneti iletişim amacıyla kullanım düzeyleri ($X=4,3762$) internette bütçe ayırmayan işletmelerin düzeyinden ($X=3,5821$) daha yüksektir.

Tablo 5: İnternete Bütçe Ayıran ve Ayırmayan İşletmelerin İnterneti İletişim Amacıyla Kullanım Düzeylerinin Karşılaştırılması İçin T Testi Tablosu

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	t	df	p
İnternete Bütçe Ayıran	86	4,3762	,70888	3,199	98	,002
İnternete Bütçe Ayırmayan	14	3,5821	1,51906			

Ayrıca t Testleri sonucunda hazır giyim işletmelerinin markaya sahipliği, ihracatçı ve ithalatçı olma durumlarıyla iletişim amacıyla internet kullanım düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Hazır Giyim İşletmelerinin Bilgi Arama Amacıyla İnterneti Kullanımı

Hazır giyim işletmelerin bilgi arama amacıyla internet kullanım düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilen ölçeğe verilen değerler Tablo 6'da görülmektedir. Bu ölçeğe verilen değerlerin ortalaması 4,06'dır. Bu durum işletmelerin bilgi arama amacıyla her zaman interneti kullandıklarını göstermektedir. Ayrıca yine Tablo 6'ya göre işletmeler; ürün trendleri, yeni üretim teknolojileri (makine, aparat, donanım vb.) ve yeni ürün geliştirmek için bilgi arama faaliyetlerinde interneti daha fazla kullanmaktadırlar.

Tablo 6: İşletmelerin Bilgi Arama Faaliyetlerinde İnterneti Kullanımı Konulu Sorulara Vermiş Olduğu Cevaplardan Oluşan Ortalama Ve Standart Sapmalar

İfadeler	Örneklem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
İşletmemiz, ürün trendlerini takip etmek için internet kullanmaktadır.	96	4,55	,780
İşletmemiz, üretimde kullanacağı yeni teknolojileri (makine, aparat, donanım vb.) araştırmak için interneti kullanmaktadır.	98	4,34	,952
İşletmemiz, yeni bir ürün geliştirmek için interneti kullanmaktadır.	97	4,21	1,136
İşletmemiz, pazar araştırması yapmak için interneti kullanmaktadır.	98	4,15	1,134
İşletmemiz, rakipleri hakkında bilgi sağlamak için interneti kullanmaktadır.	95	3,95	1,275
İşletmemiz, müşteri memnuniyetini öğrenmek için interneti kullanmaktadır.	96	3,17	1,491
Genel Ortalama	96,6	4,06	1,128

Yapılan T testleri sonucunda hazır giyim işletmelerinin markaya sahipliği, ihracatçı ve ithalatçı olma durumlarıyla bilgi arama amacıyla internet kullanım düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

İnternet sitesi sahibi olan ve olmayan işletmelerin interneti bilgi arama amacıyla kullanım düzeylerinin karşılaştırılması için yapılan T testi sonuçları Tablo 7’de verilmiştir. Tabloya göre internet sitesi sahibi olan işletmelerin ve olmayan işletmelerin interneti bilgi arama amacıyla kullanım düzeylerinin birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($t_{0,05;96} = 3,028$). Buna göre, internet sitesi sahibi olan işletmelerin interneti bilgi arama amacıyla kullanım düzeyleri ($X=4,1655$) internet sitesi sahibi olmayan işletmelerin düzeyinden ($X=3,4524$) daha yüksektir.

Tablo 7: İnternet Sitesi Sahibi Olan ve Olmayan İşletmelerin İnterneti Bilgi Arama Amacıyla Kullanım Düzeylerinin Karşılaştırılması İçin T Testi Tablosu

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	t	df	p
İnternet Sitesi Sahibi Olan	84	4,1655	,77895	3,028	96	,003
İnternet Sitesi Sahibi Olmayan	14	3,4524	1,01995			

İnternette bütçe ayıran ve ayırmayan işletmelerin interneti bilgi arama amacıyla kullanım düzeylerinin karşılaştırılması için yapılan T testi sonuçları Tablo 8’de verilmiştir. Tabloya göre internette bütçe ayıran işletmelerin ve bütçe ayırmayan işletmelerin interneti bilgi arama amacıyla kullanım düzeylerinin birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($t_{0,05;96} = 3,028$). Buna göre, internette bütçe ayıran işletmelerin interneti bilgi arama amacıyla kullanım düzeyleri ($X=4,1655$) internette bütçe ayırmayan işletmelerin düzeyinden ($X=3,4524$) daha yüksektir.

Tablo 8: İnternete Bütçe Ayıran ve Ayırmayan İşletmelerin İnterneti bilgi arama Amacıyla Kullanım Düzeylerinin Karşılaştırılması İçin T Testi Tablosu

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	t	df	p
İnternete Bütçe Ayıran	84	4,1655	,77895	3,028	96	,003
İnternete Bütçe Ayırmayan	14	3,4524	1,01995			

Hazır Giyim İşletmelerinin Bilgi Paylaşma Amacıyla İnterneti Kullanımı

Hazır giyim işletmelerin bilgi paylaşma amacıyla internet kullanım düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilen ölçeğe verilen değerler Tablo 9’da görülmektedir. Bu ölçeğe verilen değerlerin ortalaması 3,76’dır. Bu durum işletmelerin bilgi paylaşma amacıyla sık sık interneti kullandıklarını göstermektedir. Yine Tablo 9’a göre işletmeler; personel ilanı, toptancı ve perakendecilerle bilgi verme ve tanıtım faaliyetleri için internette bilgi paylaşmayı diğer faaliyetlerine göre daha fazla tercih etmektedirler.

Tablo 9: İşletmelerin bilgi yayma (paylaşma) faaliyetlerinde interneti kullanımı konulu sorulara vermiş olduğu cevaplardan oluşan ortalama ve standart sapmalar

İfadeler	Örneklem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
İşletmemiz personel ilanı için interneti kullanmaktadır.	97	4,11	1,172
İşletmemiz, kendisini tanıtmak için interneti kullanmaktadır.	99	3,89	1,324
İşletmemiz toptancı ve perakendecileriyle bilgi paylaşımını (toptancı ve perakendecilerin ürün isteklerini internet yoluyla işletmeye bildirmesi vb.) için interneti kullanmaktadır.	94	3,82	1,360
İşletmemiz ürünlerini tanıtmak için interneti kullanmaktadır.	99	3,77	1,331
İşletmemiz tedarikçileriyle bilgi paylaşımını (üretim için ihtiyacı olan malzemeleri internet yoluyla tedarikçilere bildirmesi vb.) için interneti kullanmaktadır.	97	3,66	1,428
İşletmemiz ürünlerinin reklamını yapmak için interneti kullanmaktadır.	97	3,32	1,462
Genel Ortalama	97,1	3,76	1,356

Yapılan T testleri sonucunda hazır giyim işletmelerinin ihracatçı ve ithalatçı olma durumlarıyla bilgi paylaşma amacıyla internet kullanım düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Marka sahibi olan ve olmayan işletmelerin interneti bilgi paylaşma amacıyla kullanım düzeylerinin karşılaştırılması için yapılan T testi sonuçları Tablo 10'da verilmiştir. Tabloya göre marka sahibi olan ve olmayan işletmelerin interneti bilgi paylaşma amacıyla kullanım düzeylerinin birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($t_{0,05;97} = 3,419$). Buna göre, marka sahibi olan işletmelerin interneti bilgi paylaşma amacıyla kullanım düzeyleri ($X=4,0153$) marka sahibi olmayan işletmelerin düzeyinden ($X=3,3042$) daha yüksektir.

Tablo 10: Marka Sahibi Olan ve Olmayan İşletmelerin İnterneti Bilgi Paylaşma Amacıyla Kullanım Düzeylerinin Karşılaştırılması İçin T Testi Tablosu

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	t	df	p
Marka Sahibi Olan	63	4,0153	,95787	3,419	97	,001
Marka Sahibi Olmayan	36	3,3042	1,05890			

İnternet sitesi sahibi olan ve olmayan işletmelerin interneti bilgi paylaşma amacıyla kullanım düzeylerinin karşılaştırılması için yapılan T testi sonuçları Tablo 11’de verilmiştir. Tabloya göre internet sitesi sahibi olan işletmelerin ve olmayan işletmelerin interneti bilgi paylaşma amacıyla kullanım düzeylerinin birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($t_{0,05;97} = 4,849$). Buna göre, internet sitesi sahibi olan işletmelerin interneti bilgi paylaşma amacıyla kullanım düzeyleri ($X=3,9437$) internet sitesi sahibi olmayan işletmelerin düzeyinden ($X=2,6214$) daha yüksektir.

Tablo 11: İnternet Sitesi Sahibi Olan ve Olmayan İşletmelerin İnterneti Bilgi Paylaşma Amacıyla Kullanım Düzeylerinin Karşılaştırılması İçin T Testi Tablosu

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	t	df	p
İnternet Sitesi Sahibi Olan	85	3,9437	,94586	4,849	97	,000
İnternet Sitesi Sahibi Olmayan	14	2,6214	,94259			

İnternette bütçe ayıran ve ayırmayan işletmelerin interneti bilgi paylaşma amacıyla kullanım düzeylerinin karşılaştırılması için yapılan T testi sonuçları Tablo 12’de verilmiştir. Tabloya göre, internette bütçe ayıran işletmelerin ve bütçe ayırmayan işletmelerin interneti bilgi paylaşma amacıyla kullanım düzeylerinin birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($t_{0,05;97} = 4,849$). Buna göre, internette bütçe ayıran işletmelerin interneti bilgi paylaşma amacıyla kullanım düzeyleri ($X=3,9437$) internette bütçe ayırmayan işletmelerin düzeyinden ($X=2,6214$) daha yüksektir.

Tablo 12: İnternete Bütçe Ayıran ve Ayırmayan İşletmelerin İnterneti bilgi paylaşma Amacıyla Kullanım Düzeylerinin Karşılaştırılması İçin T Testi Tablosu

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	t	df	p
İnternete Bütçe Ayıran	85	3,9437	,94586	4,849	97	,000
İnternete Bütçe Ayırmayan	14	2,6214	,94259			

Hazır Giyim İşletmelerinin Pazarlama Amacıyla İnterneti Kullanımı

Hazır giyim işletmelerin pazarlama amacıyla internet kullanım düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilen ölçeğe verilen değerler Tablo 13'te görülmektedir. İlgili ölçeğe verilen değerlerin ortalaması 2,77'dir. Bu durum işletmelerin pazarlama amacıyla bazen interneti kullandıklarını göstermektedir. Ayrıca yine tabloya göre işletmeler; ürün satın almak, ürünlerin dağıtım faaliyetlerini düzenlemek ve ihracat gibi pazarlama faaliyetlerinde interneti daha fazla kullanmaktadırlar.

Tablo 13: İşletmelerin pazarlama faaliyetlerde interneti kullanımı konulu sorulara vermiş olduğu cevaplardan oluşan ortalama ve standart sapmalar

İfadeler	Örneklem Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
İşletmemiz internette ürün (üretimde kullanacağı malzemeler vb.) satın almak için interneti kullanmaktadır.	99	3,19	1,469
İşletmemiz, ürünlerinin dağıtım faaliyetleri (toptancı ve perakendecilere ulaştırılması vb.) için interneti kullanmaktadır.	97	3,11	1,533
İşletmemiz ürünlerini ihraç etmek için interneti kullanmaktadır.	97	2,79	1,664
İşletmemiz, ürün (üretimde kullanacağı malzemeler vb.) ithal etmek için interneti kullanmaktadır.	98	2,65	1,580
İşletmemiz kendi web sitesini ürünlerini satmak için kullanmaktadır.	100	2,61	1,693

İşletmemizin kendisinin olmayan web sitelerini (örneğin; gittigidiyor.com vb.) ürünlerini satmak için kullanmaktadır.	100	2,25	1,572
Genel Ortalama	98,5	2,77	1,585

Marka sahibi olan ve olmayan işletmelerin interneti pazarlama amacıyla kullanım düzeylerinin karşılaştırılması için yapılan T testi sonuçları Tablo 14’te verilmiştir. Tabloya göre, marka sahibi olan ve olmayan işletmelerin interneti pazarlama amacıyla kullanım düzeylerinin birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($t_{0,05;98} = 2,369$). Buna göre, marka sahibi olan işletmelerin interneti pazarlama amacıyla kullanım düzeyleri ($X=2,9984$) marka sahibi olmayan işletmelerin düzeyinden ($X=2,4556$) daha yüksektir.

Tablo 14: Marka Sahibi Olan ve Olmayan İşletmelerin İnterneti pazarlama Amacıyla Kullanım Düzeylerinin Karşılaştırılması İçin T Testi Tablosu

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	t	df	p
Marka Sahibi Olan	64	2,9984	1,14472	2,369	98	,020
Marka Sahibi Olmayan	36	2,4556	1,01452			

İhracatçı olan ve ihracatçı olmayan işletmelerin interneti pazarlama amacıyla kullanım düzeylerinin karşılaştırılması için yapılan T testi sonuçları Tablo 15’te verilmiştir. Tabloya göre, ihracatçı olan işletmelerin ve olmayan işletmelerin interneti pazarlama amacıyla kullanım düzeylerinin birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($t_{0,05;98} = 2,139$). Buna göre, ihracatçı olan işletmelerin interneti pazarlama amacıyla kullanım düzeyleri ($X=2,8903$) ihracatçı olmayan işletmelerin düzeyinden ($X=2,1625$) daha yüksektir.

Tablo 15: İhracatçı Olan ve İhracatçı Olmayan İşletmelerin İnterneti Pazarlama Amacıyla Kullanım Düzeylerinin Karşılaştırılması İçin T Testi Tablosu

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	t	df	p
İhracatçı Olan	88	2,8903	1,15902	2,139	98	,035
İhracatçı Olmayan	12	2,1625	,51395			

İthalatçı olan ve ithalatçı olmayan işletmelerin interneti pazarlama amacıyla kullanım düzeylerinin karşılaştırılması için yapılan T testi sonuçları Tablo 16’da verilmiştir. Tabloya göre, ithalatçı olan işletmelerin ve olmayan işletmelerin interneti pazarlama amacıyla kullanım düzeylerinin birbirinden farklı olduğu bulunmuştur ($t_{0,05;98} = 2,278$). Buna göre, ithalatçı olan işletmelerin interneti pazarlama amacıyla kullanım düzeyleri ($X=3,0442$) ithalatçı olmayan işletmelerin düzeyinden ($X=2,5417$) daha yüksektir.

Tablo 16: İthalatçı Olan ve İthalatçı Olmayan İşletmelerin İnterneti Pazarlama Amacıyla Kullanım Düzeylerinin Karşılaştırılması İçin T Testi Tablosu

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	t	df	p
İthalatçı Olan	52	3,0442	1,29352	2,278	98	,025
İthalatçı Olmayan	48	2,5417	,84717			

Yapılan T testleri sonucunda hazır giyim işletmelerinin internet sitesi sahibi olma ve internete bütçe ayırma durumlarıyla pazarla amacıyla internet kullanım düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

SONUÇ

Araştırmaya katılan hazır giyim işletmelerinin, %13,6’sının internet sitesi bulunmamakta ve %53,3’ü internete bütçe ayırmamaktadır. Bu durum genel olarak hazır giyim sektörünün internetin önemini henüz yeterince kavrayamamış olduğu şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca hazır giyim işletmelerinin “her zaman” ve “sık sık” düzeyde internet kullanan işletmeler ve “Hiçbir zaman” ve “Nadiren” düzeyinde internet kullanan işletmeler şeklinde iki guruba ayrıldıkları tespit edilmiştir. Öncelikle interneti “Hiçbir zaman” ve “Nadiren” düzeyinde kullanan hazır giyim işletmelerinin internet kullanımlarını geliştirmeleri sektördeki gelecekleri açısından önemlilik arz etmektedir.

Araştırmaya göre; hazır giyim işletmeleri iletişim amacıyla interneti her zaman kullanmakta oldukları tespit edilmiştir. İşletmelerin iletişim amacıyla internet kullanımların da ise; müşteriler, tedarikçiler ve toptancılarla iletişimde kullanımının, çalışanlarla ve perakendecilerle iletişimde kullanımından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durum işletmelerin, çalışanları ve perakendecileriyle iletişimlerinde internet kullanımlarını geliştirebileceklerini ortaya koyması açısından önemlidir.

Hazır giyim işletmelerinin bilgi arama amacıyla interneti her zaman kullanmakta oldukları tespit edilmiştir. İşletmelerin bilgi arama amacıyla internet kullanımında; ürün trendleri, yeni teknolojiler (makine, aparat, donanım vb.) ve yeni ürünler hakkında bilgi arama amacıyla kullanımının, müşteri memnuniyeti, rakipler ve pazar araştırması için kullanımından daha yüksektir. Bu durum işletmelerin; müşteri memnuniyeti, rakipler ve pazar araştırması için bilgi arama amacıyla internet kullanımlarını geliştirebileceklerini göstermesi açısından ayrıca önemlidir.

Hazır giyim işletmelerinin interneti sık sık bilgi paylaşma amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir. İşletmelerin bilgi paylaşma amacıyla internet kullanımında; personel ilanı, tanıtım ve toptancı-perakendecilere bilgi paylaşmak amacıyla kullanımının, reklam, tedarikçiler ve ürün tanıtım amacıyla internet kullanımından daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum işletmelerin; reklam, tedarikçiler ve ürün tanıtımı için bilgi paylaşımı amacıyla öncelikli olmak üzere diğer kullanım alanlarında da internet kullanımlarını geliştirmeleri gerektiğini göstermektedir.

Hazır giyim işletmelerinin pazarlama amacıyla interneti bazen kullanmakta oldukları tespit edilmiştir. İşletmeler pazarlama amacıyla internet kullanımında; ürün satışı, dağıtım ve ihracat amacıyla internet kullanımının, elektronik pazar yerleri ve ürün ithalatı için internet kullanımından daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum işletmelerin; elektronik pazar yerleri ve ürün ithalatı için internet kullanımları başta olmak üzere tüm pazarlama faaliyetlerinde internet kullanımlarını geliştirmesi gerektiğini göstermektedir.

Ayrıca araştırma sonucunda ulaşılan diğer sonuçlar şunlardır;

İnternet sitesi sahibi olan ve internete bütçe ayıran işletmeler, internet sitesi sahibi olmayan ve internete bütçe ayırmayan işletmelerden daha fazla interneti iletişim ve bilgi arama amacıyla kullanmaktadır.

Marka ve internet sitesi sahibi olan ve internete bütçe ayıran işletmeler, marka ve internet sitesi sahibi olmayan ve internete bütçe ayırmayan işletmelerden daha fazla interneti bilgi paylaşma amacıyla kullanmaktadır.

Marka sahibi, ihracatçı ve ithalatçı olan işletmeler, marka sahibi, ihracatçı ve ithalatçı olmayan işletmelerden daha fazla interneti pazarlama amacıyla kullanmaktadır.

Özellikle interneti “Hiçbir zaman” ve “Nadiren” kullanan hazır giyim işletmelerinin internet kullanımları, üyesi oldukları Sanayi Odaları ve İhracatçı Birlikleri gibi kurumlar tarafından verilecek eğitimler yoluyla geliştirilmesi Türk hazır giyim sektörünün geleceği açısından yararlı olabileceği kanaatine varılmıştır.

KAYNAKÇA

Acılar, A., Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin İnternet Kullanımını Etkileyen Faktörler (KOSGEB Bursa Alt Bölgesinde Bir Alan Araştırması), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Kütahya, 2007.

Akbaba, A.İ., Özdemir, A., Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ'lerin) Pazarlama Faaliyetlerinde Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Kullanımı ve Bir Uygulama, *International Scientific Conference of Young Researchers, Qafqaz University*, 26-27 Nisan, Bakü, Azerbaycan, 2013.

Aktan, E., Yeni Ekonomik Sistemde Elektronik Pazarlama, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2015:1, 122-142, 2015.

Burucuoğlu, M., Müşteri Memnuniyeti ve Sadakatini Arttırmada Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Etkinliği: Bir Örnek Olay İncelemesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Karaman, 2011.

Çakır, H., Topçu, H., Bir İletişim Dili Olarak İnternet, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19:2, 71-96, 2005.

Çelik, O., Sporda İnternet Pazarlama Faaliyetlerinin İncelenmesi; Türkiye ve İngiltere Ulusal Futbol Liglerinin Kıyaslanması, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13:2, 77-91, 2016.

Demirel, Y., Bilgi ve bilgi paylaşımının işletme performansına etkisi üzerine bir araştırma, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(2), 91-106, 2007.

Duygun, A., Alnıpak, S., Web Sitelerinin Pazarlama İletişim Aracı Olarak İçerik Analizi İle Değerlendirilmesi: Yük Taşımacılığı Yapan Firmalar Üzerine Bir Araştırma, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 7:3, 409-417, 2017.

Doğanlar, T., Türkiye’de Elektronik Ticaret Pazarı ve Pazarın Gelişimi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Tartışma Metinleri, 2016-01, No. 14, 2016.

Elibol, H., Kesici, B., Çağdaş İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (11), 303-329, 2004.

Ersoy, A., Gülmez, M., Doğrudan Pazarlama Araçlarının Konaklama İşletmelerinde Kullanımı: Antalya İli Örneği. *Anatolia, Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 23-40, 2013.

Gündebahar, M., Khalilov, M. C., Teknolojik Pazarlama Üzerine Bir İnceleme, Akademik Bilişim Konferansı, Antalya, 2013.

Gürsoy, M., E-Tedarik Zinciri Yönetimi ve İşletmelerin Karşılaştığı Sorunlar, *Akademik Bakış Dergisi*, 36, 1-15, 2013.

Isaac, O., Abdullah, Z., Ramayah, T., Mutahar, A. M., Alrajawy, I., Integrating User Satisfaction and Performance Impact with Technology Acceptance Model (TAM) to Examine the Internet Usage Within Organizations in Yemen, *Asian Journal of Information Technology*, 17(1), 60-78, 2018.

İTKİB (İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği), (2018), Türkiye’nin hazır giyim ve tekstil şehirleri, Erişim Linki: <http://ihkibkariyer.com/turkiyenin-hazir-giyim-ve-tekstil-sehirleri/>, Erişim Tarihi: 22.08.2019.

İyiler, Z., Elektronik Ticaret ve Pazarlama İhracatta İnternet Zamanı: I, Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Ankara, 2009.

Kahya, S. Ö., Aydın, S., Tedarik Zinciri Yönetiminde Bilgi Sistemleri ve Deri Hazır Giyim Sektörüne Bir Yazılım Önerisi, *Tekstil ve Mühendis*, 21: 96, 27-36, 2014.

Kanat, S., Hazır giyim sektöründe bilgi yönetiminin tedarik zinciri yönetimine etkisi, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, İzmir, 2012.

Karabay, G., Tekstil sektöründe tedarik zinciri uygulamalarının mevcut durumunun belirlenmesi ve çözüm önerileri, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2006.

Karaca, Ş., İnternette Pazarlama ve Ürün Karar Stratejileri, Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi, 16:1, 37-51, 2012.

Karaduman, İ., Stratejik Tedarik Zinciri Yönetimi’nde Bilişim Teknolojileri’nin Kullanımı: Perakendecilik Sektörü’nde Bir Uygulama, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, İzmir, 2009.

Karaman, A., Sayın, K., The Importance of Internet Usage in Hotel Businesses: A Study on Small Hotels, *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 8(1), 65-74, 2017.

Kaya, Ö., Türkiye'deki tekstil-konfeksiyon işletmelerinin (KOBİ'lerinin) tedarik, üretim ve lojistik faaliyetlerinin ulusal rekabet üzerindeki etkileri, *Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi*, Ankara, 2013.

Kızılaslan, N., Ünal, T., Tarımsal Pazarlamada Alternatif Pazarlama Ağı Olan Elektronik Ticaretin(E-Ticaret) SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi, *Türk Tarım - Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 3:7, 537-544, 2015.

Marangoz, M., Özberk, T. M. İ., KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılmasında İnternetin Önemi ve Karşılaştıkları Sorunların Değerlendirilmesi, *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 4(8), 1-20, 2019.

Medina, I. G., Coelho, P. M. F., Bellido-Pérez, E., New trends in Marketing due to the growth of Internet usage, *Razón y Palabra*, 21(98), 276-285, 2017.

Mukamanzi, F., Ndikubwimana, P., The effects of ICT adoption on Small and Medium sized enterprises in Rwanda: A Case study of Kigali City, East Africa Research Papers in Business, EARP-BEM No. 2018:11, 2018.

Mokhtar, N. F., Internet marketing adoption by small business enterprises in Malaysia, *International Journal of Business and Social Science*, 6(1), 59-65, 2015.

Ünver, A., Hazır Giyimde Geleneksel Pazarlama İle İnternette Pazarlamanın Karşılaştırılmasına Yönelik Alan Çalışması, *Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul, 2013.

Onyijen, O. H., Awoleye, O. M., Olaposi, T. O., Effectiveness of social media platforms for product marketing in southwestern Nigeria: a firm-level analysis, *International Journal of Development and Management Review*, 14(1), 175-192, 2019.

Özbek, A., Türk Hazır Giyim Sanayinde İnternet Kullanım Amacının Belirlenmesi, *Verimlilik Dergisi*, 2010:2, 93-108, 2010.

Özelmas Kahya, S., Tedarik zinciri yönetiminde bilgi sistemleri ve deri hazır giyim sektörüne bir yazılım önerisi, *Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi*, Ankara, 2009.

Özmen, Ş.I., Sanal Dünyada Başarının Yol Haritası Ve Elektronik Pazarlamanın Boyutları, *Journal of Internet Applications and Management*, 2:1, 37-47, 2011.

Özmen, E., Sosyal Medya ve Modanın Dijitalleşmesi Arasındaki İlişkiyi Tanımlamaya Yönelik Bir Durum Çalışması: Y Kuşağı Örneği, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (29), 128-150, 2018.

Öztürk, M.H., Elektronik Ticaret Kavramı, Yöntem ve Uygulamaları, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Ödevi, Bursa, 2016.

Say, S., Pazarlama Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Gıda Sektöründe Facebook Örneği, *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 28, 19-39, 2015.

Sharifonnasabia, F., Raj, R. G., Marsukia, M. Z., The Effect of Conception of Internet Usage and SMES'activities on Organizational Performance among Tourism Enterprises in Malaysia, *Malaysian Journal of Computer Science*, 31(3), 210-227, 2018.

Şahin, A., Demir, H., Tekstil ve/veya Konfeksiyon Sektörlerinde Faaliyet Gösteren Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Pazarlama Sorunları ve Elektronik Ticaretten Beklentileri - Mersin Ölçekli Bir Uygulama, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20:1,1-13, 2005.

Şat Sezgin, A., Hazır Giyim Sektörü, Türkiye İş Bankası İktisadi Araştırmalar Bölümü Araştırma Raporu, https://ekonomi.isbank.com.tr/UserFiles/pdf/sr201705_hazirgiyim.pdf, Date of Access: 10.09.2018.

Turhan, Ş., Parşeker, Z., Erdal, B., Çetin, B., E-Ticaret'in Pazarlama Üzerindeki Etkileri: Meyve Sebze İşleme Sanayi Örneği, Türkiye IX. Tarım Ekonomisi Kongresi, 412-419, Şanlıurfa, 2010.

Yamoah, E. E., Small and Medium Scale Enterprises and Internet Marketing in Ghana, *European Journal of Business and Management*, 6(18), 179-186, 2014.

Yıldız, K., Özsoy, S., Spor Toto Süper Lig Kulüplerinin Kurumsal İnternet Sitelerinin İletişim ve Pazarlama Açısından İncelenmesi, *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi*, 8:1, 24-34, 2013.

Yuldinawati, L., Van Deursen, A. J., Van Dijk, J. A., Exploring the Internet Access of Indonesian SME Entrepreneurs, *International Journal of Business*, 23(3), 235-247, 2018.

İSTANBUL ve ANTAKYA ŞEHİRLERİNDE DEPREM RİSK AZALTMA ÇALIŞMALARINI ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR DEĞERLENDİRME

Özhan UZUN

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
ozhanuzunn@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0001-7114-8342>

Dr. Öğr. Üyesi Süleyman BALLYEMEZ
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
suleymanbalyemez@aydin.edu.tr
<http://orcid.org/0000-0001-5428-8829>

ÖZ

Günümüzde depremlerin önceden bilinmesi mümkün değildir, fakat depremlere karşı önlemlerin önceden planlanması, yaşanacak can ve mal kayıplarının en aza indirebilmesi için uygulanabilecek en etkin yöntemdir. Bu planlama Afet Yönetim Sistemi bileşeni olan “Risk Yönetimi” çalışmalarının her düzeyde gerçekleştirilmesiyle mümkündür. Bu çalışmada Türkiye’nin tarihte yıkıcı depremlerden etkilenmiş iki şehri olan İstanbul ve Antakya’da deprem risklerinin azaltılmasına yönelik yapılmış çalışmalar karşılaştırılarak bu konuda kat edilen yolun belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla Kuzey Anadolu Fay hattının hemen kuzeyinde yer alan İstanbul ve Doğu Anadolu Fay hattı üzerinde bulunan Antakya’nın çeşitli kataloglar taranarak ulaşılan tarihsel depremleri ile Afet ve Acil Durum Yönetim Başkanlığı (AFAD) ve Kandilli Rasathanesi’nden (KRDAE) alınan aletsel dönem depremleri esas alınarak şehirlerin depremsellikleri ortaya konulmuştur. Risk yönetimi safhasında yapılmış çalışmalar hakkında İstanbul ve Antakya şehirlerindeki kurumlar ve bu çalışmalarda görev almış kişiler ile görüşmeler yapılmış elde edilen bilgiler ve araştırmaların karşılaştırmaları yapılarak değerlendirilmiştir. İstanbul gibi büyük bir metropolde gerçekleştirilen risk azaltma ve belirleme çalışmalarının, deprem potansiyeli yüksek bir şehir olan Antakya için gerçekleştirilmediği görülmüştür. Antakya’da, yakın geçmişte fay kırığı oluşturacak herhangi bir büyük deprem yaşanmamış olması, bölgedeki kümülatif enerjinin hâlâ ortaya çıkmadığını, dolayısıyla şehrin mevcut yapı stoku

Geliş Tarihi: 10.04.2020, Kabul Tarihi: 30.04.2020, DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.2009.002/iaud_y12i3003

Araştırma Makalesi-Bu makale Turnitin programıyla kontrol edilmiştir.

Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi

ve zemin özellikleri dikkate alındığında şehrin büyük bir risk altında olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, telafisi mümkün olmayan kayıplar yaşanmadan, deprem risk azaltma çalışmalarının ivedilikle hayata geçirilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Afet Risk Yönetimi, Deprem, Deprem Risk Azaltma, İstanbul, Antakya.*

A COMPARATIVE EVALUATION ON THE EARTHQUAKE RISK REDUCTION STUDIES OF İSTANBUL AND ANTAKYA CITIES

ABSTRACT

At present, earthquakes cannot be known in advance, but preliminary planning of measures against earthquakes is the most effective method that can be done to minimize the loss of life and property. This planning is possible by conducting “risk management” activities that are components of the disaster management system at all levels. This research aims to identify the path taken in this regard by comparing studies conducted in the name of reducing the risk of natural disasters in the cities of İstanbul and Antakya affected by the devastating earthquakes in Turkish history for this purpose, various catalogs of historical and instrumental period earthquakes of Antakya, which is located on the East Anatolian fault line, and İstanbul, which is not far from the North Anatolia fault line, were scanned, received from the Disasters and Emergency Management Presidency (AFAD), Kandilli Observatory and Earthquake Research Institute (KRDAE). The studies conducted at the risk management stage were interviewed with institutions in the cities of İstanbul and Antakya, as well as with the people who participated in these studies, the information obtained, and studies were evaluated by comparison. As a result of the study, comparing studies to reduce the risk of earthquakes in these two cities, which were analyzed as equivalent to earthquake hazard levels, it was found that risk reduction studies conducted in a large metropolis such as İstanbul were not conducted in Antakya, a city with high earthquake potential. In Antakya, where devastating earthquakes occurred in the past, and the settlements along the fault lines grew day by day, the fact that in the recent past there was not a single earthquake that would cause any kind of fracture gap shows that the accumulated energy in the region is all not yet appeared. This conclusion shows that the city of Antakya is at great risk. Therefore, it was concluded that risk reduction studies should be conducted immediately against disasters.

Keywords: *Disaster Risk Management, Earthquake, Earthquake Risk Reduction, İstanbul, Antakya*

GİRİŞ

Dünyanın birçok bölgesinde doğa olayları çok büyük ve yıkıcı afetlere dönüşebilmektedir. Yeryüzünün oluşumundan beri yer kabuğundaki tektonik hareketlerin sonucu olarak depremler de doğal afetlerin en önemli aktörü olmaktadır. Bu tektonik hareketlerin oluşturduğu depremler dünyanın belirli bölgelerinde deprem kuşakları oluşturmakta ve bu alanların içerisinde çok sayıda yerleşmelerin olduğu büyük şehirler bulunmaktadır. Depremlerin yıkıcı etkisiyle bu metropollerde can ve mal kayıpları olmaktadır ve her yaşanan depremde toplumdaki etkileri uzun yıllar maddi ve manevi olarak sürmektedir.

Türkiye, en büyük deprem kuşaklarından Alp Himalaya Deprem Kuşağında bulunduğundan bu bölgedeki depremler Avrasya, Afrika ve Arap plakalarının yer hareketlerine göre meydana gelmektedir (Celep & Kumbasar, 2004: 25). Afrika plakasının, Avrasya plakası altına dalması ile Türkiye batıda Ege Denizi altına doğru dalmaktadır. Bu kıtaların tektonik hareketleri Anadolu'nun büyük bir bölümünün deprem kuşağı içinde olmasına neden olmuştur. Toplam boyu 1400-1500 km olan Kuzey Anadolu Fay Hattı (KAF) kuzeyde doğudan batıya doğru uzanarak, Doğu Anadolu Fay Hattı (DAF) ise doğudan güneybatıya doğru, Anadolu'da aktif deprem hatları oluşturmuşlardır (Celep & Kumbasar 2004: 30). Ülkemizdeki büyük depremlerin önemli bir bölümü bu fay hatları üzerinde gerçekleşmektedir.

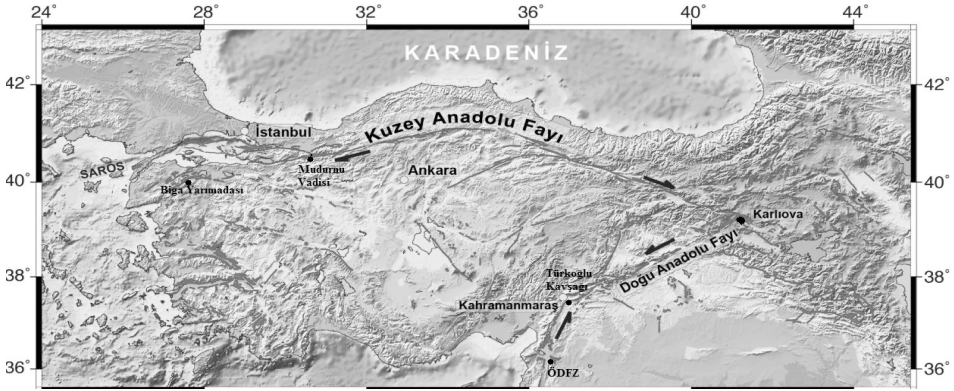
Afetlerin toplumların yaşamları üzerindeki kontrol edilemez ve önlemez etkileri insanların bu afetlere karşı tedbir almaları gerektiğini göstermiştir. Afet yönetim sistemleri afetlerin etkilerini ez aza indirmek için afet öncesi ve sonrasında uygulanan yol gösterici, yerel ve ulusal ölçekteki birbirleriyle bağlantılı faaliyetler bütünüdür. Afet yönetim sistemi çok yönlü, farklı uzmanlık alanlarının bir arada olduğu karmaşık bir organizasyon olup, Risk Yönetimi ve Kriz (Acil Durum) Yönetimi aşamalarından oluşmaktadır. Risk yönetimi aşaması içerisinde Hazırlıklı Olma ve Risk Azaltma bileşenlerini, Kriz Yönetimi aşaması ise Müdahale, İyileştirme ve Yeniden Yapılandırma bileşenlerini bulundurmaktadır (Ergünay, 1998: 13). Afet yönetim sisteminin bu ayrılmaz iki ana bileşeni Risk ve Kriz Yönetimi, aslında bir döngü içerisinde ilerleyen birbirlerini tamamlayan olgulardır. Kriz yönetiminin İyileştirme ve Yeniden Yapılandırma aşamaları aslında döngüyü tamamlayan Risk Yönetiminin, Risk Azaltma bileşeniyle beraber ilerlemektedir. Daha açık bir ifadeyle, afet sonrasında yapılan iyileştirme ve yeniden yapılandırma faaliyetleri aslında bir sonraki afet olayı için afet öncesi risk azaltma çalışmalarıdır. Dünyada afet yönetiminde ileride olan ülkelerin, afet yönetimi sistemleri sadece Kriz Yönetimine odaklanmayıp, Risk Yönetimi faaliyetlerinin de her konuda kapsamlı bir şekilde gerçekleştirilmesi

gerektiğini ortaya koymuştur. Afet sonrasında yaşanan can ve mal kayıplarının büyüklüğü, risk azaltma çalışmalarındaki eksiklik ve zayıf noktaların varlığından kaynaklanmaktadır (İDMP, 2003: 703). Afet yönetim sisteminin başarılı olabilmesi için afet öncesinde yapılacak olan risk belirleme ve azaltma çalışmalarında tehlike ve risklerin ölçülebilir parametrelerle tespit edilmesi, bunu takiben çözüm yollarının geliştirilmesi ve uygulanması sağlanabilmelidir.

Çalışmada, ülkedeki önemli deprem fay hatlarına yakınlıkları ve yüksek deprem tehlikesi altında olmaları nedeniyle İstanbul ve Antakya şehirlerinin ülke genelinden başlayarak öncelikle depremsellikleri ortaya konulmuş, ardından risk yönetimine dair kat edilen mesafenin karşılaştırmalı olarak ortaya çıkartılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda tarihsel ve aletsel dönem depremleri ve yol açtıkları can ve mal kayıpları incelenmiş, bugüne dek yapılan tehlike ve risk belirleme çalışmaları ile risk azaltmaya yönelik stratejik girişimler irdelenmiştir.

TÜRKİYE’NİN DEPREMSELLİĞİ, İSTANBUL ve ANTAKYA’DA DEPREM TEHLİKESİ

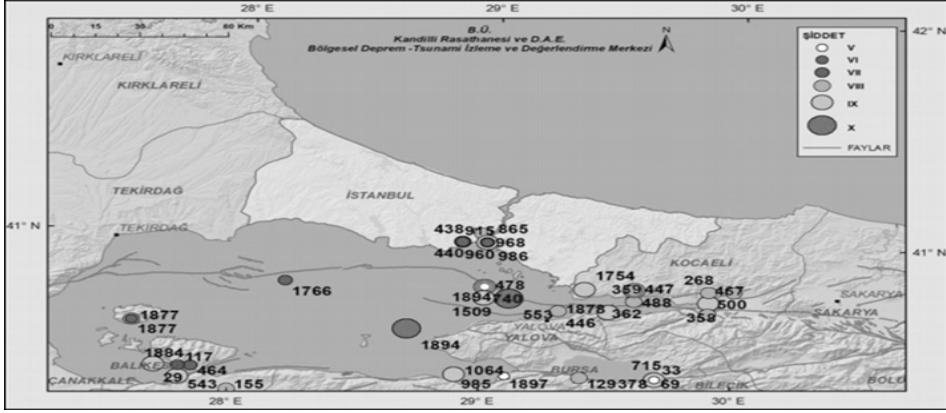
Dünyanın en aktif fay hatlarından olan Kuzey Anadolu Fayı, ülkemizi doğudan batıya uçtan uca geçen deprem hareketi açısından en aktif faylardan biridir. KAF, DAF ile doğuda kesiştiği Karlıova’ dan başlayıp Mudurnu Vadisi’ne kadar ilerler. Burada güney ve kuzeye yönelen iki kola ayrılmaktadır. Kuzeye yönelen kol Marmara Denizi’nin altından geçerek Saroz Körfezi’ne kadar devam etmektedir (Şekil 1). KAF hattında meydana gelen en büyük depremlerden, doğu bölgesindeki 1939 Erzincan depremi, batı ucuna doğru 17 Ağustos 1999 Gölcük ve 12 Kasım 1999 Düzce depremlerinde birçok insan hayatını kaybetmiştir. 1939 depremiyle başlayan deprem hareketiyle, fay hattı boyundaki kümülatif enerjinin çok kısa bir sürede batıya doğru yöneldiği tespit edilmiştir (Celep & Kumbasar, 2004: 29). Bu durum kuzey koluna yakın olan, ülkemizin nüfus, sanayi ve ekonomik yoğunluğunun bulunduğu İstanbul ve çevresinin büyük bir risk altında olduğunu göstermektedir.



Şekil 1: Türkiye’deki Fay Hatlarının Yerleşimi (URL 1 Yazar tarafından düzenlenmiştir).

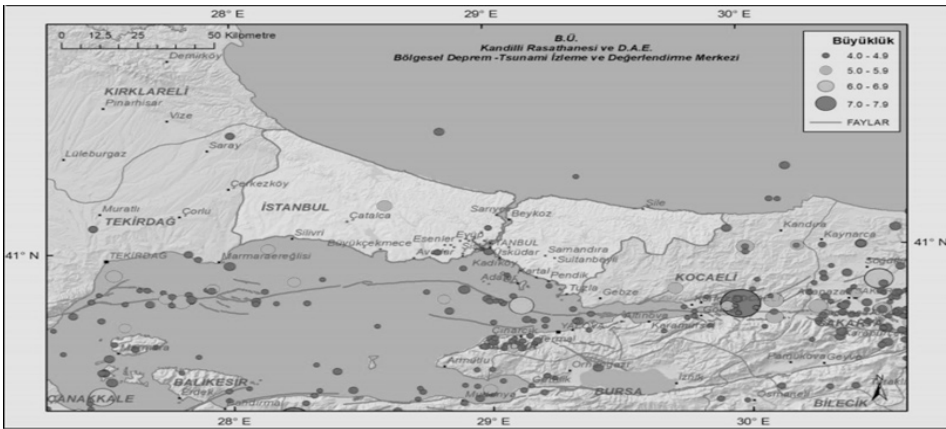
Doğu Anadolu Fayı ise, kuzeyde Karlıova birleşim yerinden başlayıp, güneybatıda Türkoğlu kavşağında kuzeyde Kıbrıs’a uzanan kollar ve güneyde Ölü Deniz Fayına (ÖDF) uzanan kollara ayrılmaktadır. DAF 1900 yıllarının başlarına kadar aktif olup, bu dönemde 1822 Büyük Antakya Depremi ile başlayan ve 1866, 1872, 1874, 1875, 1893, son olarak 1905 Malatya Depremi ile sonlanan bir depremler serisi meydana getirmiştir. Ambraseys ve Jackson (1998), aradan geçen süre içerisinde bu fay hattı üzerinde yüzey kırığı oluşturacak bir deprem meydana gelmemesini, fay hattında biriken enerjinin neden olduğu deprem tehlikesinin günbegün arttığı yönünde yorumlamaktadır.

İstanbul ve çevresi tektonik açıdan birçok fay hattının bulunduğu bir alanda bulunmaktadır. Kuzeyde Karadeniz yükseltisi boyunca Bulgaristan üzerinden gelen Srednogorie fayının bir kolu, güneyde Kuzey Anadolu Fayı ve kuzeybatıda ise Trakya Fayı etkisindedir. Marmara bölgesinde etkili olan KAF, bölgeye girdikten sonra üç kola ayrılmaktadır. Kuzey kol, Sapanca’dan başlayıp Marmara Denizi altından ilerleyerek Saros körfezine, orta kol Geyve’den Gemlik Körfezi’ne ve güney kol ise Geyve Yenişehir’den başlayarak Biga Yarımadası’na kadar devam etmektedir (Kalafat vd., 2001). Yapılan Küresel Konumlama Sistemi (GPS) çalışmaları kuzey kolun diğer kollardan daha büyük deprem üretme potansiyeline sahip olduğunu göstermiştir (Flerit vd., 2003: 5). Bölgedeki üç kol kuzey, orta ve güney kolun fay kayma hızları sırası ile 20, 3 ve 2 mm/yıl olup kayma hızı 10 mm/yıldan büyük bir fayın deprem üretme potansiyeli açısından yüksek olduğu bilinmektedir (Sibson, 2002: 455). Yüzyıllardan beri İstanbul ve çevresinde gerçekleşen birçok yıkıcı deprem tarihi deprem kayıtlarında mevcuttur. Bu verilere göre KAF hattının batı kolu en son Ağustos 1766’da orta kolu Mayıs 1766’da ve doğu kolu Ekim 1509’da kırılmıştır (Şekil 2).



Şekil 2: İstanbul ve Çevresinde Yaşanan Tarihsel Depremler (URL 2)

Kalafat (2000), Marmara bölgesini önemli derecede etkileyen bu fay oluşumlarının 1900 yılından 1999 Gölcük depremine dek Marmara Denizi'nde, 1935 Marmara Adası (M=6.4) ve 1963 Çınarcık (M=6.3) depremleri dışında başka önemli deprem oluşturmadığına, bu nedenle 1999 Gölcük depremine dek bölgedeki tektonik oluşumlara dair bilginin kısıtlı kaldığına dikkat çekmekte ve bu anlamda Gölcük depreminin önemini vurgulamaktadır. 1900-2018 tarihleri arasında büyüklüğü M=4.0 ve daha fazla olan depremler Şekil 3'te gösterilmektedir.

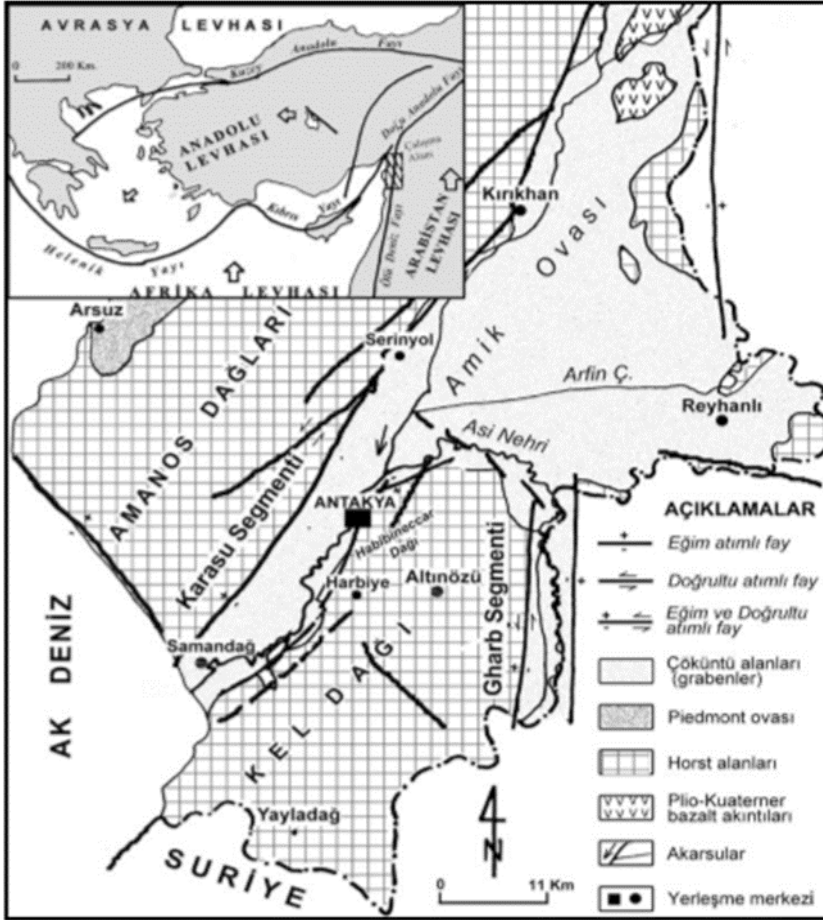


Şekil 3: İstanbul ve Çevresi 1900-2018 Arasındaki Aletsel Dönem Depremleri (M>4.0) (URL 2)

17 Ağustos 1999'da yaşanan Gölcük depremini diğer depremlerden ayıran en önemli özelliği sebep olduğu yıkımın büyüklüğü olmuştur. $M_w=7,4$ büyüklüğünde meydana gelen deprem İzmir'den Ankara'ya kadar büyük bir coğrafyada etkisini hissettirmiştir. Özmen (2000)'in resmi kayıtlara dayanarak aktardığı bilgiye göre Marmara depreminde 17 bin 480 kişi ölmüş, 43 bin 953 kişi yaralanmış; toplamda 327 bin 871 konut, 48 bin 508 dükkân hasar görmüş; 133 bin 683 bina çökmüş ve yaklaşık 600 bin kişi evlerini kaybetmiştir. İstanbul'a yaklaşık 120 km mesafede yaşanan bu depremde İstanbul'da 454 kişi hayatını kaybetmiş, yaklaşık 4000 bina ağır hasar görerek kullanılamaz hale gelmiştir.

Kandilli Rasathanesi Deprem Araştırma Enstitüsü'nün (KRDAE) Marmara bölgesindeki magnitüd-frekans bağlantısındaki veri setlerinin 2001 yılına kadar yapılan çalışmalarda deprem yinleme periyotlarına göre bölgede büyüklüğü $M=5.0$ olan bir depremin meydana gelme olasılığı yılda bir, büyüklüğü $M=7$ olan bir depremin 2040 yılına kadar meydana gelme olasılığı %75, 2070 yılına kadar %91, 2090 yılına kadar %95 olarak belirlenmiştir (Kalafat vd., 2001: 105). Belirtilen bu olasılıklar, depremin gerçekleşmediği her geçen yılda daha da yükselmektedir.

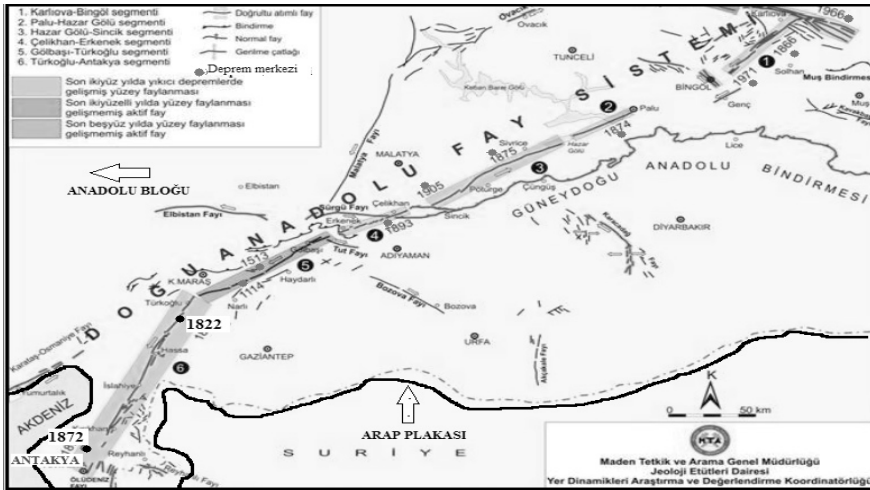
Eski adıyla Antioch şu anki modern Antakya M.Ö. 300 yılında kurulmuş dönemin en eski metropollerinden biridir. Merkezinden geçen DAF zonu, çevresindeki ÖDF zonu ve Kıbrıs-Helen yayı etkisinde geçmişte birçok yıkıcı deprem afetinden etkilenmiştir. Antakya merkezi ve çevresi, etrafındaki etkili bu faylar altında gelişen Antakya - Maraş grabeninin güneyinde yer almasıyla, bölgedeki tektonik hareketlerden etkilenmektedir. Güneyde ÖDF bu grabeni şekillendirmektedir ve bu fay Kızıldeniz-Aden körfezinden başlayarak kuzeyde DAF'nın Türkoğlu kesişimine kadar devam etmektedir. ÖDF Antakya bölgesi için kuzey-güney doğrultusunda uzanan Gharb ve Karasu segmentleri tarafından temsil edilir. Gharb segmenti asi nehrinin ülke sınırları içeresine girdiği yerden başlamaktadır. Karasu segmenti ise Samandağ'dan başlayarak Türkoğlu kesişimine kadar devam eder (Şekil 4). Bu iki segment arasında yer alan Antakya'nın içinde olduğu graben oluşumu faylanmalar ve tektonik etkiler ile zamanla çökerek Miyosen ve Pilyosen denizlerin içerilere sokulmasına izin vermiştir (Öztemir vd., 2000: 88). Bölgedeki etkin gerilme zamanla doğrultu atımda açılma rejimine doğru ilerleme göstererek, Amik ovasının oluşumunu sağlamıştır.



Şekil 4: Antakya Tektonik Konumu Morfotektonik Haritası (Kasapoğlu, 1987)

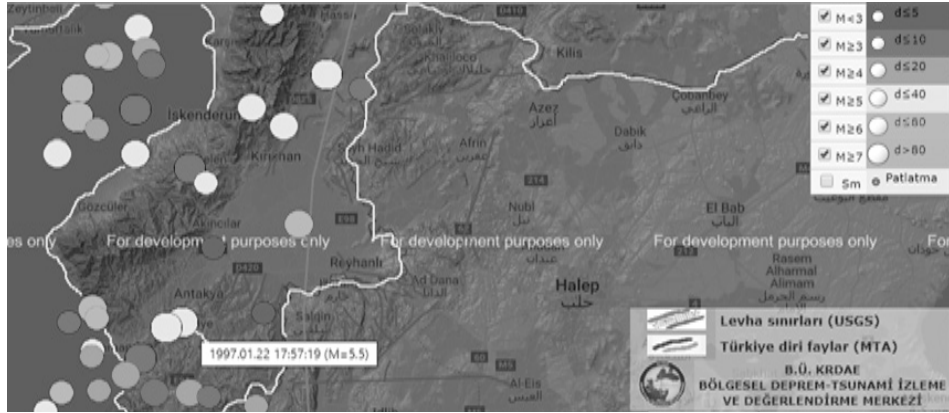
ÖDF ve DAF, tarihte Antakya'yı birçok yıkıcı depreme maruz bırakmışlardır. Antakya'yı tarihsel dönemde etkileyen en büyük ve yıkıcı depremlerin 245 yılında $M=7,5$ büyüklüğünde ve 526 yılında $M=7$ büyüklüğünde yaşandığı tarihsel kayıtlardan bilinmektedir. Bu depremlerde 250 bin-300 bin dolaylarında insan hayatını kaybetmiştir. 19.yy'da da hareketli bir dönem geçiren DAF, 1900'lü yılların başlangıcına kadar birçok yıkıcı depremin ana unsuru olmuştur. Kayıt edilen bu depremlerin ışığında ve bölgenin jeolojik özellikleri, Antakya ve çevresinin Türkiye Deprem Bölgeleri haritasında, birinci derece deprem bölgesi olarak yer almasına neden olmuştur. Bu aktif dönemde 1822 Antakya Depremi ile başlayan deprem kümesini 1866, 1872, 1874, 1875, 1893 depremleri takip etmiş olup son olarak 1905 Malatya Depremi ile son bulmuştur. Bu dönemden

sonra DAF sakin bir döneme girmiş yüzey çatlağı oluşturabilecek büyüklükte bir deprem geçirmemiştir (Dewey vd., 1986: 25; Lyberis vd., 1992: 6). Bölgede büyük can ve mal kayıplarına neden olan ve yaklaşık olarak 20-30 km uzunluğunda yüzey kırıkları oluşturan iki büyük deprem 13 Ağustos 1822 $M=7,3$ ve 3 Nisan 1872 $M=7,2$ depremleri yaşanmıştır (Şekil 5) (Ambraseys & Jackson, 1998: 401). Büyük deprem afetlerinin yaşandığı bu bölgede, 1872 yılından beri biriken enerjiyi boşaltacak bir deprem meydana gelmemiştir. Bu durum Antakya’da gün geçtikçe yıkıcı bir deprem olabileceğine işaret etmektedir. Aletsel dönemde şu ana kadar meydana gelen depremlerin büyüklükleri $M=5,6$ 'ya kadar olup yüzey kırığı oluşturabilecek bir büyüklüğe erişilmemiştir.



Şekil 5: DAF Hattı Üzerindeki Önemli Tarihsel Depremler (URL 1)

KRDAE'den elde edilen verilere göre Hatay ve çevresinde 1900-2020 yılları arasında meydana gelmiş depremlerin dağılımları Şekil 6'da gösterilmiştir. Buradaki en büyük deprem Karasu segmentinin güneyinde Samandağ sahil bölgesinde 22 Ocak 1997'de gerçekleştiği görülen $M=5,6$ büyüklüğündeki depremdir. Depremin $M=5,5$ ve $M=5,3$ büyüklüğünde artçıları kaydedilmiştir. Antakya'da yapı hasarı ise binlerle ifade edilecek seviyelere çıkmış, bir kişi hayatını kaybetmiş ve yüzlerce kişi yaralanmıştır. Bununla beraber graben alanını oluşturan alüvyonlar üzerinde etkili hasarlar meydana gelmiştir (Bayülke & Demirtaş, 1997: 2). Şehir yerleşiminin büyük bir çoğunluğunun bu alüvyon oluşumları üzerinde yer alması, olası bir deprem afetinde bölgedeki riski daha da arttırmaktadır.



Şekil 6: Antakya ve Çevresinde Aletsel Dönemde (1900-2020) Meydana Gelen $M \geq 4$ Depremler (URL 2)

Antakya ve çevresinde yoğun tektonik hareketlerin etkisiyle çok kısa mesafelerde farklı zemin yapıları meydana gelmiştir. Alüvyon dolgudan oluşan graben alanı ve Asi nehri boyları, en zayıf ve zayıf zeminleri oluşturmaktadır. Kentin yerleşim yoğunluğunun en fazla olduğu bölgenin, gerçekleşebilecek bir depremde zemin büyütmesi, sıvılaşma, kopma, oturma ve heyelan gibi zemin davranışlarının görüleceği, şiddetin en çok hissedileceği alanlar olduğu belirtilmektedir (Korkmaz, 2006: 57). Şehrin yerleştiği graben alanının doğusu ve batısının ana kaya litolojisindeki horst alanlardan oluşan az sağlam, orta derecede sağlam ve sağlam zeminlerden ibaret olduğuna dikkat çeken Korkmaz (2006: 64), orta derecede sağlam ve sağlam zeminlerin deprem şiddetinin az hissedileceği alanlar olsalar bile yükselti ve eğim değerlerinin yüksek olmasından dolayı yerleşmeyi kısıtladığını vurgulamaktadır.

AFET RİSK YÖNETİMİ

Afet öncesi dönemde, gerçekleşmesi muhtemel afetin etkilerini belirlemek ve buna karşı önlem almak gereklidir. Ülkelerin yönetimlerindeki hatalar, yasa ve yönetmeliklerdeki yanlışlıklar, sağlıksız yapılaşma, sorunlu altyapı ağı, ulaşımdaki aksaklıklar doğa olaylarının etkilerini arttırarak afet boyutuna gelmelerine neden olmaktadır.

Afet öncesi dönemde bu olayların afete dönüşmesini engelleyecek, zararlarını ve etkilerini azaltacak birçok yöntem bulunmaktadır. Sorunlara gerekli önemi verecek bir yönetim anlayışıyla yeni planlar geliştirilebilir, belirlenen hatalar düzeltilebilir. Dünyada doğal afetleri yönetmek ve kontrol edebilmeye yönelik 1971 yılında kurulan Birleşmiş Milletler Afet Yardım Ofisi (UNDRO)

tarafından, afetlerin önceden tahmin edilmesi, kontrolü ve afetlerden korunma faaliyetlerinin yürütülmesi, aynı zamanda üye devletlerle önleyici planlar hazırlama konusunda çalışmalar yapılmıştır. Bu ofisin yürüttüğü faaliyetlerin geri dönüş sonuçlarında afetlerin sağlıklı bir biçimde yönetilmesi, önlenmesi ve etkilerinin azaltılabilmesi için afet öncesi çalışmalara gerekli önemin verilmesi gerektiği, teknolojinin afet zararlarının azaltılmasında etkili bir biçimde kullanılması gerektiği vurgulanmıştır.

İstanbul'da afet risk yönetimi

-İstanbul ili sismik mikrobölgeleme dahil afet önleme/azaltma temel plan çalışması; İstanbul ve çevresinde sismik afet önleme/hasar azaltma planının altyapısı olacak sismik mikrobölgeleme haritalarını güncellemek, deprem hasarlarına karşı güçlü ve dayanıklı şehirleşme için yapı inşaatı önerilerinde bulunmak ve arazi planlama teknikleri hakkında bilgi aktarımı sağlamak amacıyla Japon İş birliği Ajansı (JICA) tarafından İstanbul Büyükşehir Belediyesi adına 2001-2002 yılları arasında yapılmıştır. JICA projesi İstanbul şehri ve çevresi için yapılmış olan ilk kapsamlı afet önleme/azaltma çalışmasıdır. Proje ile bölgedeki afetlerden zarar görebilecek her türlü oluşum detaylı bir şekilde incelenmiş ve tespit edilen sorunlara çözüm yolları üretilmiştir (JICA, 2002: 17). Projenin çalışma alanları, bölgenin zemin karakteristiği, nüfus, bina durumları ile ilgili arazide incelemelerin yapılmasını, CBS veri tabanının oluşturulması ve bilgilerin değerlendirilmesi, deprem faaliyetlerinin değerlendirilmesi, sismik tehlike ve hasar derecesinin belirlenmesi, tehlike haritalarının ve sismik mikrobölgeleme haritalarının değerlendirilmesini kapsamaktadır. Projenin çalışma alanı o tarihte İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne dahil olan 27 ilçe ve ek olarak belirlenen Büyükçekmece, Silivri ve Çatalca ilçe merkezlerinin yapılaşmış alanlarını kapsamaktadır.

JICA raporunda (2002) gerçekleşme olasılığı en yüksek olan $M=7,5$ büyüklüğündeki model A ve en kötü senaryoyu temsil eden $M=7,7$ büyüklüğündeki Model C deprem senaryolarına göre zarar görmesi muhtemel binaların sayıları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Model A ve Model C'ye Göre Zarar Gören Binaların Sayısı (JICA,2002)

	Ağır	Ağır + orta	Ağır + orta + az
Model A	51,000 (%7.1)	114,000 (%16)	252,000 (%35)
Model C	59,000 (%8.2)	128,000 (%18)	300,000 (%38)

Model A'da can kaybının 73,000 olacağı hesaplanmıştır. Bu modele göre Fatih'te 6,000'in üzerinde insanın hayatını kaybedeceği tahmin edilmiştir. Adalar'da %8,4 ile bölgedeki en yüksek can kaybı oranının olacağı bulunmuştur. Model C senaryosuna göre ise can kaybının 87,000 olacağı tahmin edilmektedir.

-İstanbul metropoliten alanının deprem risk analizi; Amerikan Kızıllaç Kurumu ve Boğaziçi Üniversitesi arasında yapılan anlaşma kapsamında 2002 yılında tamamlanan İstanbul Metropolitan Alanının Deprem Riski Analizi, olası bir depremde karşılaşılabilecek bina hasarlarının, can kayıplarının, yaralanmaların, ilk yardım ve acil müdahale düzeninin saptanması adına yapılmıştır.

Çalışma sonucu, belirlenen senaryo depreminin Marmara Denizi'nde bulunan Ana Marmara fayında gerçekleşeceği varsayılarak bina hasarlarının, can kayıplarının, acil barınma gereksiniminin, bina kayıplarına bağlı tahmini ekonomik kayıpların şiddet haritalarının üzerine işlenmesiyle tahmin edilen kayıpların haritalandırılması yapılmıştır. KRDAE (2002)'de, toplam bina stokunun yaklaşık %5'ine karşılık gelen 35.000 ila 40.000 binanın tamamen hasar göreceği, ağır hasarlı bina sayısının yaklaşık 70.000, orta derecede hasar görececek bina sayısının ise yaklaşık 200.000 olacağı tahmin edilmiştir.

-İstanbul deprem master planı; İstanbul kentinin deprem potansiyelinin yüksek; ekonomik, sosyal faaliyetler ve nüfus yoğunluğu bakımından ülkenin atar damarı olduğu göz önünde bulundurularak, kentin depreme karşı güvenli bir duruma getirilmesi adına, Japonya Uluslararası İş birliği Ajansı (JICA) ile İBB ortaklığında yürütülen Risk Analizleri ve Mikrobölgeleme çalışmalarındaki bilgiler doğrultusunda hazırlanmıştır. İstanbul Teknik Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, Yıldız Teknik Üniversitesi ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi tarafından yürütülen İstanbul Deprem Master Planı, 2003 yılında tamamlanmıştır.

Plan, İstanbul'da birçok sektörün ortak çalışmasıyla toplumun büyük bir kesimini etkileyecek bir "Afet Etkilerini Azaltma Strateji Planı"dır. Planın içeriğinin önemli bir kısmı, olası bir deprem tehlikesinde yapıların hasar görülebilirliklerinin değerlendirilmesi, dayanımları yetersiz olan yapıların teknik, mali ve sosyal açıdan güçlendirme çalışmalarının önerilmesidir. Master planda bu çalışmaların organizasyonunu ve alınması gerekli önlemler belirtilmiştir. İstanbul deprem master planındaki çok disiplinli çalışmaların yetki ve yetkinliklerinin belirlenebilmesi için önerilen aşamalar şöyledir: mevcut durum tespiti, teknik çalışmalar, imar uygulamaları, hukuki uygulamalar, mali kaynak çalışmaları, eğitim çalışmaları, sosyal faaliyetler ve afet yönetimi (İDMP, 2003: 1297). Deprem güvenliğinin artırılması adına gerçekleştirilen bu çalışmalar İstanbul'da çok yönlü ve çok disiplinli çalışmalar ile yapılmıştır.

-İstanbul mikrobölgeleme projeleri; İstanbul kentini, doğal afet ve insani kaynaklı tehlikelere yönelik önlem ve hazırlıkların geliştirilmesi, ortaya konan kentsel risklerin azaltılması ve önlenmesi adına belirlenen, Avrupa ve Anadolu yakalarının yerleşim bölgelerindeki zemin ve deprem açısından arazi kullanım haritalarının hazırlandığı, bölgelerin topoğrafik açıdan her yönden incelendiği kapsamlı projelerdir. İstanbul Büyükşehir Belediyesi Deprem ve Zemin Müdürlüğü ile OYO International Corporation anlaşmalı projede, tehlike ve afet riski bulunmayan alanlar belirlenmiş, yerleşim amaçlı mikrobölgeleme rapor ve haritaları oluşturulmuştur. Avrupa Yakası güney kısmının 2007’de, Anadolu Yakası güney kısmının 2009’da bitirildiği projeler ile, zemin ve deprem açısından yerleşime uygunluk haritaları hazırlanmıştır.

Yerleşime uygunluk haritalarının altlık değerlendirmesi yönünden sıvılaşma tehlikesi, kütle hareketleri (zemin hareketleri, kaya kayması ve devrilmesi), sellenme ve su baskını, mühendislik sorunları (yapay dolgu, alüvyon) temel alınarak bu tehlikelerin ardından tehlike bazında altlık haritalar oluşturulmuştur. Altlık haritalar temelinde şekillenen Mühendislik Jeolojisi Haritasından da Yerleşime Uygunluk Haritaları çıkarılmıştır (İBB &OYO, 2007: 392). Sonuç olarak, proje alanları yerleşime uygunluk açısından Uygun Alanlar (UA), Önemli Alanlar (ÖA) ve Uygun Olmayan Alanlar (UOA) altında üç gruba ayrılmıştır.

-İstanbul olası deprem kayıp tahminleri güncellemesi: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Deprem Zemin İnceleme Müdürlüğü tarafından 2009 yılında bitirilen çalışma, İstanbul kentinin güncelleştirilmiş zemin bilgilerine, yapı ve altyapı verilerine ve deprem zemin sarsıntı modellerine bağlı, insani kayıpların, yapı hasarlarının ve ekonomik/sosyal kayıpların tahminlerini gerçekleştirmek için yapılmış bir projedir. Çalışma sonunda deterministik yaklaşıma göre İstanbul ilindeki toplam çok ağır hasarlı bina sayısı 3.500 ila 5.000 arasında hesaplanmıştır. Bununla beraber 20.000 ile 30.000 binanın ağır hasar, 90.000 ila 110.000 binanın ise orta hasar göreceği ve 15.000 ile 35.000 arasında can kaybı olabileceği belirlenmiştir. Senaryo depreminin neticesinde oluşan toplam mali kaybın ise 80-100 milyar TL dolaylarında olacağı ve yaklaşık 500.000 acil barınma ihtiyacı doğacağı tahmin edilmiştir (İBB, 2009: 249). JICA projesi sonrasında güncel veriler temel alınarak gerçekleştirilen proje İstanbul şehrinin deprem riskinin ne kadar yüksek olduğunu bir kez daha göstermiştir.

-İstanbul sismik riskin azaltılması ve acil durum hazırlık kapasitesinin artırılması projesi (İSMEP); İstanbul’un ve burada yaşayan insanların, deprem ve meydana gelebilecek her türlü afete karşı hazırlıklı olmasını sağlayan bir projedir. Proje, afet öncesinde, afet anında ve afet sonrasında ihtiyaç duyulan

hazırlık, zarar azaltma, müdahale ve iyileştirme çalışmalarını uluslararası bakış açısı ve teknik bilgiyle ele alarak olası afetlere karşı hazırlıklı olunmasını hedeflemiştir. Proje kapsamında İstanbul'da, afet yönetimi ve acil durumlarda görevli kuruluşların kapasitesinin artırılması, eğitim, sağlık, sosyal hizmet ve idari binaların güçlendirilmesi, tarihi yapı stokunun çıkarılması ve bu yapılarda gerekli güçlendirmelerin yapılması, halkın afetler konusunda bilinçlendirilmesi, teknik ekiplerin deprem yönetmelikleri hakkında bilgi düzeylerinin artırılması gibi çalışmalar yapılmıştır.

İstanbul'da beklenen kayıplara nicelik olarak bakıldığında, can, mal ve üretim kaybı bağlamında riskin ne kadar yüksek olduğu çeşitli çalışmalarla ortaya konulmuştur. Ancak Tablo 2'de görüleceği gibi, 2006 yılında başlayan ve yaygın risk azaltma hedefi açık belki de tek proje olan İSMEP kapsamında güçlendirilen veya yeniden inşa edilen kamu yapılarının oranının henüz oldukça düşük olduğu görülmektedir. Şu ana kadar İstanbul'daki sağlık yapılarının sadece %8,6'sı, eğitim yapılarının %24,4'ü, diğer kamu yapılarının ise %4,1'i depreme dayanıklı hale getirilmiştir. Bu durum İstanbul'un risk azaltma konusunda ne kadar eksik kaldığını göstermektedir.

Tablo 2: İSMEP Kapsamında Güçlendirilen ve Yeniden İnşa Edilen Kamu Binaları (Yazar tarafından kurum görüşmelerine dayanarak oluşturulmuştur.)

Yapı fonksiyonu	Toplam bina sayısı	Güçlendirme veya yeniden inşası tamamlanan ve devam eden bina sayıları	Oran(%)
Sağlık yapıları	1328	115	%8,6
Eğitim yapıları	4740	1157	%24,4
Kamu yapıları	1873	77	%4,1

ANTAKYA'DA AFET RİSK YÖNETİMİ

-Antakya-Kahramanmaraş Bölgesi Deprem Risk Değerlendirmesi ve Hazırlık için Mikrobölgeleme, Hasar Görebilirlik ve Deprem Senaryosu (SERAMAR) projesine 2005 yılında, aralarında Almanya Bauhaus Üniversitesi Deprem Hasarlarını Araştırma Merkezi (EDAC), Mustafa Kemal Üniversitesi (MKÜ) ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nin de (ODTÜ) bulunduğu geniş katılımlı bir ekip tarafından başlanmıştır. Projenin bileşenlerinden biri de Antakya kentinin deprem riskinin ve hasar görebilirliğinin belirlenmesidir.

Çalışma kapsamında Antakya kent merkezi ve çevresi 51 bölgeye ayrılarak, bu bölgeler zemin ve sismolojik özelliklerinin belirlenmesi için sondaj çalışmaları ve deprem oluşturabilecek fay hatları ve zemin özelliklerini gösteren haritalar elde edilerek incelenmiştir. Çok kapsamlı zemin çalışmaları projede yer almış ve bu çalışmalardan bir veri tabanı oluşturulmuştur. Buna göre kent merkezinin ki bu Asi Nehri'nin çevresini oluşturan bölgedir, çok kalın bir alüvyon tabakasından oluştuğu belirlenmiştir. Kent merkezinin bulunduğu alanlardaki zemin sondaj çalışmalarında ana kayanın çok derinde yer aldığı ve ana kaya hakkında açık bir veri bulunmadığı belirtilmiştir (Kaçın vd., 2009: 74). Alüvyon tabakası, zeminin deprem tehlikesi bakımından çok riskli bir bölge olduğunu göstermektedir. Asi nehrinden uzaklaştıkça daha güvenli ve sağlam bir zemin yapısıyla karşılaşmıştır. Yerleşim yerlerinin büyük bir çoğunluğunun bu alüvyon tabakası üzerinde bulunması, bir deprem afetinde bölgenin çok büyük can ve mal kaybıyla karşılaşabileceğini göstermektedir.

Bölgenin depremselliğinin incelenmesi kapsamında geçmiş depremlerden yola çıkılarak bölgede gerçekleşebilecek olası depremlerin tekrarlanma sıklıkları en küçük kareler yöntemiyle tahmin edilmeye çalışılmıştır. Bu yöntem ile Antakya'da oluşabilecek depremler için deprem dalga formu sentetik olarak üretilerek senaryo depremler elde edilmiştir. Ayrıca bölgede 6 ayrı noktada Antakya Havzası Kuvvetli Yer Hareketi İzleme Sistemi kurularak bölgenin yer hareketleri adına veri toplanmıştır. Antakya kent merkezine oldukça yakın bölgelerde aktif fayların bulunması nedeniyle bu fayların yaratabileceği depremin kent merkezini oldukça ciddi şekilde etkileyeceği görülmüştür. Yapılan istatistiksel senaryo depremi çalışması sonucunda, magnitudü $M=5.5$ veya daha büyük olan bir depremin 25 yıllık bir süre içinde olma olasılığı %83, dönüş periyodu ise 14 yıl olarak, $M=7$ veya daha büyük olan bir depremin 75 yıllık bir süre içinde olma olasılığı %63 ve dönüş periyodu da 78 yıl olarak hesaplanmıştır (Kaçın vd., 2009: 68). Bölgede yaşanan $M=7$ 'den büyük en son depremin 1872 tarihinde olduğu göz önünde bulundurulduğunda bölgenin gün geçtikçe daha büyük bir deprem riskiyle karşı karşıya olduğu görülmüştür.

Çalışma alanı içerisindeki binaların hasar görebilirlik değerlendirmelerinde 1998-Avrupa Makrosismik Ölçeği (EMS-98) kullanılmıştır. Naeim vd. (2005)'ne göre, bölgedeki 32,000 binadan 18,000 tanesi sokak taramasıyla incelenmiştir. Kalan 14,000 bina özellikleri belirlenmiş, fotoğraflanarak değerlendirmeleri yapılmıştır. EMS98'e göre yapıların hasar görebilirlik sınıflandırması A'dan F'ye kadar derecelendirilmiştir. Tarihsel depremler, yer hareket tahminleri ve yapı titreşim deneyleriyle belirlenen senaryo depremleri ile 12.117 betonarme yapıda hasar tahminleri yapılmıştır. $M=6,7$ ve $M=7,5$ büyüklüğündeki senaryo depremlerinin bina hasar oranları Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3: Senaryo Depremlere Göre Olası Hasarlı Bina Sayıları (Naeim vd.,2005)

Şiddet(M)	Hasarsız	Az hasarlı	Orta hasarlı	Ağır hasarlı
M=6.7	682	4694	6513	228
M=7.5	20	1449	7686	2962

Proje sonucunda, deprem risklerinin azaltılması adına yapılacak çalışmaların başında kentin gelişme alanlarının yerleşime uygun sağlam zemin bölgelerine kaydırılması ve yapılaşmanın, uygun imar şartları ve yönetmelikler dikkate alınarak gerçekleştirilmesi önerilmiştir. Kaçın ve diğerleri (2009), gerçekleştirilecek herhangi bir depremden sonra hemen kullanılacak yapıların (hastane, itfaiye, belediye) daha detaylı incelenmesi ve gerekiyorsa güçlendirme çalışmalarının yapılması gerektiğinin, özellikle Antakya’da dağ yamacında yer alan eski gecekondular ve düşük dayanımlı binaların yıkılarak yerine yönetmeliğe uygun binaların yapılmasının altını çizmekte; ayrıca halk eğitimi ve bilinçlendirmesi ile toplum kültürünün oluşmasının sağlanmasının önemini belirtmektedirler.

-Antakya deprem master planı girişimi: Antakya şehri için yapılan bu çok disiplinli çalışmalar ve proje desteklerinin sonucunda bölgenin deprem riski seviyesinin azımsanamayacak şekilde yüksek olduğunu görülmüştür. SERAMAR Projesi sonunda, bu proje bulguları temel alınarak bir Deprem Master Planının hazırlanması gündeme gelmiştir. 2014 yılında çalışmaları yürüten kuruluşlar ve sorumlu araştırmacıların Antakya Belediyesi ve Hatay Valiliği’ne sunduğu Antakya Şehri İçin Deprem Master Planı hazırlanmasına yönelik proje önerisinde, şehirde beklenen depreme karşı direncin artırılması amacıyla, iş paketlerinin açıklanması, çalışma takvimleri ve ücretlendirme ile ilgili yöntemler yer almıştır. Öneriyi hazırlayan ekibin sunduğu dosyada, Master Plan çalışmasının akademik bir araştırmadan daha ileri bir çalışma olduğunu belirtilmiş, Antakya şehrinin depreme karşı bünyesel direncinin artırılması, şehir halkının güvenliğinin sağlanması ve rasyonel kararların alınması sürecinde bilime ve teknolojiye dayalı bir yol izlenmesi gerektiğinin, Master Plan önerisinde yer verilen prensiplerin tam olarak uygulanması durumunda istenilen hedeflere ulaşılacağına altı çizilmiştir (Geneş, 2011: 8). Açıkça görülebilen riski yönetebilmek için sunulan taslak proje gerek TÜBİTAK gerekse Antakya Belediyesi ve Hatay Valiliği’nde gerekli desteği alamamış ve Antakya Deprem Master Planı girişim aşamasından öteye geçememiştir.

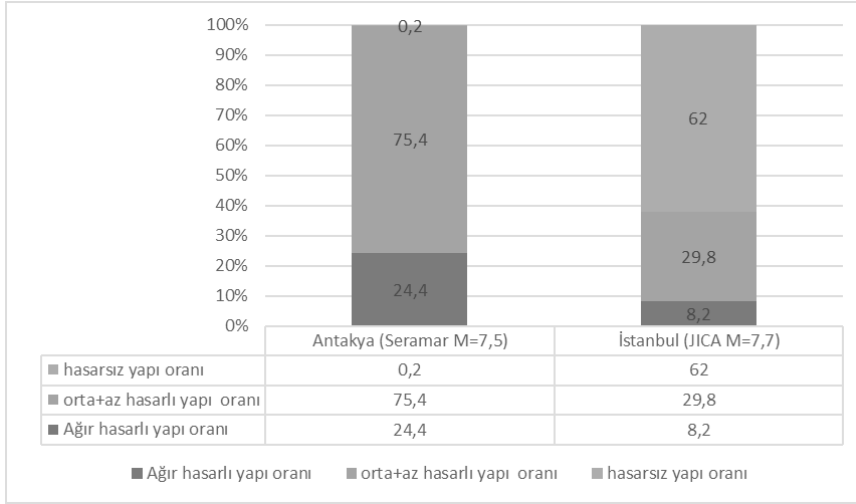
DEĞERLENDİRME

Ülkemizin dünyadaki önemli deprem kuşaklarından Alp-Himalaya deprem kuşağında bulunması Türkiye’yi bir afet ülkesi olarak görmemiz için yeterlidir ki geçmişte yıkıcı depremlerin yaşattığı önemli can ve mal kayıpları bu tanımlamayı desteklemektedir.

İstanbul’un tarih boyunca büyük ve yıkıcı depremler üretmiş KAF etkisinde olması, şehri ve çevresinin deprem tehdidi altında olduğu göstermektedir. Bu fay hattında en son gerçekleşen 1999 Kocaeli depremi, merkez üssü İstanbul’a uzak bir konumda olmasına rağmen şehirde can ve mal kayıplarına neden olmuştur. KAF’nın doğudan batıya doğru ilerlediği büyük fay kırılmaları, yakın zamanda Marmara Denizi’nde gerçekleşebilecek bir kırılmayı işaret etmektedir. KAF’nın Marmara Denizi’nde kırılması beklenen ilk noktası orta çukurluk ile çekmece gölleri arasında uzanan 70-75 km uzunluğundaki fay koludur ki en az $M=7.2$ büyüklüğünde deprem üretmesi beklenmektedir (Parsons, 2004: 18). 1766 yılından beri kilitli olan ve enerji biriktiren bu fayda 24.09.2019’da 4.6 ve 26.09.2019’da 5.8 büyüklüğünde iki deprem yaşanmıştır. Söz konusu bu depremler KAF’nın yıllardır kırılması beklenen büyük İstanbul depremine neden olacak fay kolunu önemli ölçüde etkileyeceği belirtilmektedir ve kırılmaların başladığını göstermektedir.

Antakya şehrinin depremselliği ve risk azaltma için yapılan literatür çalışmalarında, merkezinden geçen DAF hattı ve doğusunda bulunan ÖDF hattının etkisinde tarihsel ve aletsel dönemlerde çok büyük yıkıcı depremlere maruz kalmış bir şehir olarak görülmektedir. Antakya kent merkezine oldukça yakın konumlanan aktif faylar olması olası bir depremde kent merkezini ciddi bir biçimde etkileyecektir. Bu bölgede meydana gelen son yıkıcı depremin 1872 yılında yaşanmış olması Antakya şehrinin merkezinden geçen fay hattında uzun yıllar biriken bir enerjinin olduğunu göstermektedir ki bu da bölgeyi gün geçtikçe daha büyük bir deprem tehlikesi ve riski ile karşı karşıya getirmektedir.

Tablo 4: Şehirlerdeki En Kötü Deprem Senaryolarına Göre Ağır Hasarlı Yapı Stokları



Tablo 4’de Antakya ve İstanbul şehirlerinin en kötü deprem senaryolarına göre beklenen hasarlı yapı oranları hasar derecelerine göre karşılaştırmalı olarak gösterilmektedir. Antakya şehrinde gerçekleşebilecek M=7,5 büyüklüğündeki depremde SERAMAR kapsamında tek tek incelenen 12.117 yapının 2962’sinin (%24,4) ağır, 9135’inin (%75,4) orta ve az hasar göreceği, hasarsız bina sayısının ise sadece 20 (%0,2) adet olacağı belirlenmiştir. Ağır, orta ve az hasarlı bina sayıları toplamı incelenen yapı stokunun %99,8’ine eşittir. İstanbul için gerçekleştirilen JICA projesine göre belirlenen M=7.7 senaryo depremine göre yapı stokundaki ağır hasarlı yapı sayısı 59.000 (%8,2), orta ve az hasarlı yapı sayısı 241.000 (%29,8) olarak belirlenmiştir. Elde edilen bu değer ise projenin gerçekleştirildiği tarih ve çalışma alanı baz alındığında ağır, orta ve az hasarlı yapı sayısı toplam yapı stokunun %38’ine denk gelmektedir. İki şehirdeki senaryo depremlerin yapılarındaki hasarları değerlendirildiğinde Antakya şehrinin oransal olarak İstanbul’dan daha büyük yapı kayıpları yaşayacağı görülmektedir. Antakya şehrindeki bu durum can kayıpları bir yana deprem sonrası nüfusun tamamına yakınının barınma ihtiyacı içinde olacağını bir başka deyişle olağan yaşam döngüsünün çok uzun bir süre sekteye uğrayacağını göstermektedir.

İstanbul’un Türkiye’nin en önemli metropol şehri konumunda ve sanayi, ulaşım ve ticaretin can damarı olması nüfusuna da yansımıştır. TÜİK 2018 verilerine göre İstanbul şehri Türkiye nüfusunun %18,86’sını oluşturarak 15.067.724 nüfusa sahiptir. Türkiye’de sanayinin üçte biri, ithalatın üçte biri, ihracatın beşte biri

İstanbul'dan yapılmaktadır. Gayri safi hasılasının %40'ı sanayi, %30'u ticaret ve geri kalanı diğer sektörlerden sağlanmaktadır. Türkiye'nin en büyük 100 sanayi kuruluşunun 42'si ve en büyük 500 kuruluşun 250'si İstanbul'da bulunmaktadır.

Hatay ilinin nüfusuna baktığımızda ise 2018 TÜİK verilerine göre 1.609.856 kişi olup Antakya'da 383.354 kişi yaşamaktadır. Hatay ilinin nüfus yoğunluğu km² başına 267 kişi olup bu bakımdan Türkiye'nin en yoğun nüfusa sahip yedinci ilidir. Bölgenin ekonomik faaliyetleri arasında ticaret, tarım, sanayi, ulaştırma (nakliyecilik) ve inşaat sanayi yer almaktadır. Hatay ilinde demir-çelik mamulleri, otomobil filtresi, tarım araç ve gereçleri ve tarımsal ürünler başta olmak üzere yaş sebze ve meyve ile narenciye üretim ve ihracatı yoğun olarak yapılmaktadır. Türkiye'nin en büyük ikinci tır filosuna sahip Hatay ilinde İskenderun ilçesi, kara, deniz ve demiryolu ulaşımının kesiştiği bir bölgede yer almasıyla uluslararası ulaşımın ve transit taşımacılığın en yoğun ve hareketli olduğu bir noktadadır. Havayolu ulaşımında Türkiye'deki 56 havaalanı arasında uçak trafiği sıralamasında 15. sırada, yolcu trafiği bakımından 1.325.009 yolcu ile 16.sırada yer almaktadır. Hatay 2018 yılının ilk yarısında, Türkiye genelinde en fazla ihracat yapan 9. il olurken, en fazla ithalat yapan 7. il olmuştur. Hatay'ın ihracatının büyük bir bölümünün İskenderun'dan yapıldığı bilinmektedir (ATSO,2018: 67). Hatay sanayisinin büyük bir bölümünü oluşturan demir-çelik sektöründe 2017 yılında Türkiye'de üretilen 37,5 milyon tonluk ham çeliğin yaklaşık 7,5 milyon tonluk yani ortalama %20'lik bölümü Hatay'da üretilmiştir.

SONUÇ

Bu çalışma kapsamında yapılan araştırmalar ve kurum görüşmelerinden elde edilen bilgiler Antakya şehri için, İstanbul kadar olmasa da tehlike ve risk belirlemeye yönelik çalışmalar yapıldığını fakat afet risk yönetiminin en önemli bileşeni olan risk azaltma konusunda somut bir ilerleme kaydedilmediğini göstermiştir.

İstanbul şehrinin ülkenin can damarı olması göz önünde bulundurulduğunda deprem tehlikesi açısından bu bölgede gerçekleştirilecek risk azaltma ve belirleme çalışmalarının çok disiplinli ve güçlü bir yönetim anlayışıyla ele alınması gereklidir. Çalışmada İstanbul şehrinde 1999 Kocaeli depreminden sonra gerçekleştirilmiş risk belirleme ve azaltma çalışmalarına yer verilmiştir. Risk ve tehlike belirlemeye yönelik dünyada örnek teşkil edebilecek düzeyde çalışmalar yapılmıştır fakat riskleri azaltmaya yönelik olarak yapılan çalışmalar yetersiz kalmaktadır. İSMEP projesinin 2006 yılından şu ana kadar yapmış olduğu kamu yapılarındaki risk azaltmaya yönelik güçlendirme / yeni inşa çalışmalarının ulaştığı nokta göz önünde bulundurulduğunda, İstanbul'da risk azaltmaya yönelik yapılan çalışmaların maalesef yetersiz kaldığı görülmektedir.

Antakya şehrinin, tarihsel depremler ve üzerinde bulunduğu aktif fay hatları bağlamında, İstanbul şehrine kıyasla daha büyük bir deprem tehlikesi altında olduğu görülmektedir. Her ne kadar İstanbul için gerçekleştirilen risk azaltma çalışmalarının yetersiz olduğu değerlendirilmiş olsa da Antakya için özellikle kamusal kullanımlarda risklerin azaltılmasına yönelik hiçbir çalışmanın yapılmaması olması karamsar bir tablonun çizilmesine neden olmaktadır.

Antakya için risk belirlemeye yönelik tek bir çalışma SERAMAR bulunmaktadır. Bu çalışma riskin oransal olarak ne kadar ciddi boyutlarda olduğunu göstermektedir. Antakya şehrinin İstanbul'a oranla daha büyük bir deprem riski içinde olduğu açıkça görülmektedir ki SERAMAR projesi sadece Antakya merkezi ve çevresini kapsamaktadır. Birinci derecede deprem bölgesi olan Hatay genelinde gerçekleştirilmesi halinde kayıpların nicelik olarak katbekat artacağı aşikârdır. Proje can kaybı sayısı vermemekle birlikte hasarlı bina oranlarına bakıldığında şehir nüfusunun çok büyük bir bölümünün hayatını kaybedebileceği ya da yaralanabileceği sonucunu buradan çıkarmak mümkündür.

Sonuç olarak, deprem öncesinde riskleri azaltmak üzere yapılacak somut çalışmaların maliyetinin deprem sonrası ortaya çıkacak kayıpların maliyetinden çok daha düşük olacağı gerçeği dikkate alınarak, deprem tehdidi altındaki tüm şehirlerimizde risk azaltma çalışmalarına ivedilikle başlanması ülkemizin sosyal ve ekonomik refahının sürekliliği için de kaçınılmazdır.

KAYNAKÇA

Ambraseys, N. N., & Jackson, J. A. (1998). *Faulting Associated With Historical and Recent Earthquakes in The Eastern Mediterranean Region*, *Geophysical Journal International*, 133, pp.390-406.

ATSO (2018). *Hatay Sosyo-Ekonomik Raporu*, Antakya Ticaret ve Sanayi Odası, Hatay.

Bayülke, N., Demirtaş, R. (1997). *22 Ocak 1997 Antakya Depremi Raporu*, Bayındırlık ve İskân Bakanlığı Afet İşleri Genel Müdürlüğü, Deprem Araştırma Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ankara.

Celep, Z., & Kumbasar, N. (2004). *Deprem Mühendisliğine Giriş ve Depreme Dayanıklı Yapı Tasarımı*. Beta Dağıtım, s.22-32, İstanbul.

Dewey, J. F., Hempton, M. R., Kidd, W. S. F., Şaroğlu, F. ve Şengör, A. M. C. (1986). *Shortening of Continental Lithosphere: The Neotectonics of Eastern Anatolia – A Young Collision Zone: in Coward. M. P. and Ries, A. C., eds., Collision Tectonics*, Geol. Soc. London Spec. Pub., 19 (R. M. Shackleton volume), 3-36.

Ergünay, O. (1998). *Acil yardım Planlaması ve Afet Yönetimi*, Bayındırlık ve İskân Bakanlığı Afet İşleri Genel Müdürlüğü, s.13,Ankara.

Flerit, F., Armijo, R., King, G.C.P., Meyer, B., & Barka, A. (2003). *Slip Partitioning in The Sea of Marmara Pull-Apart Determined from GPS Velocity Vectors*. *Geophysical Journal International*, 154(1), 1-7.

Geneş, M.C., Yakut, A., Gülkan, P., Schwarz, J. (2011). *Antakya Şehri için Deprem Master Planı Sunumu- Deprem Hasarları Tahmini*. Rapor, Antakya.

İDMP (2003). *İstanbul İçin Deprem Master Planı, İstanbul Büyükşehir Belediyesi*. <http://www.ibb.gov.tr/tr-TR/SubSites/DepremSite/Pages/IstanbulDepremMasterPlani.aspx> .

İBB (2009). *İstanbul Olası Deprem Kayıp Tahminleri*. Deprem ve Zemin İnceleme Müdürlüğü, İstanbul.<http://www.ibb.gov.tr/tr-TR/SubSites/DepremSite/Pages/RiskAnalizCalismalari.aspx>

İBB & OYO (2007). *İstanbul Mikrobölgeleme Projesi Avrupa Yakası*. Deprem ve Zemin İnceleme Müdürlüğü, İstanbul.<http://www.ibb.gov.tr/tr%20%20TR/SubSites/DepremSite/Pages/AvrupaYakasiGuneyiMikrobolgelemeProjesi.aspx>.

JICA (2002). *Türkiye Cumhuriyeti İstanbul İli Sismik Mikro-Bölgeleme Dâhil Afet Önleme/Azaltma Temel Planı Çalışması, Sonuç Raporu*, İstanbul, Türkiye, <http://www.ibb.gov.tr/tr%20TR/SubSites/DepremSite/Pages/AfetOnlemeAzaltmaTemelPlani.aspx>.

Korkmaz, H. (2006). *Antakya'da Zemin Özellikleri ve Deprem Etkisi Arasındaki İlişki*. *A.Ü. TCAUM Coğrafi Bilimler Dergisi*, C: 4, S: 2, pp. 47-65, Ankara.

Kalafat, D., Tahaoglu T. Ö., Işıkara A. M. (2001). *9 Ağustos 1912 Saros-Marmara Depremi, Türkiye 14. Jeofizik Kurultayı ve Sergisi, Genişletilmiş Sunu Özetleri Kitabı*, s. 103-106, MTA Kültür Merkezi, Ankara, 8-11 Ekim.

Kalafat, D. (2000). *17 Ağustos 1999 Marmara ve 12 Kasım 1999 Düzce Depremleri*, JEOFİZİK Bülteni, Yıl 12, Sayı 36, s. 31-34, Ocak 2000, Ankara.

Kasapoğlu, K.E. (1987). Doğu Akdeniz'in sismotektonik özellikleri: sonlu elemanlar çözümlemesi. Hacettepe Üni., Yerbilimleri Uygulama ve Araştırma Merkezi, *Yerbilimleri Dergisi*, :14, 309-317.

Kaçın, S., Gülkan, P., Yerli, H.R., Geneş, M.C., Bikçe, M. (2009). *Antakya'nın Deprem Risk Değerlendirmesi ve Depreme Hazırlık İçin Mikro Bölgeleme, Hasar Görebilirlik ve Deprem Senaryosu Çalışmaları*, Tübitak Projesi, no:106M420, Hatay.

KRDAE (2002). *İstanbul Metropolitan Alanın Deprem Risk Analizi, Boğaziçi Üniversitesi Deprem Mühendisliği Bölümü. Kandilli Rasathanesi ve Deprem Araştırma Enstitüsü, Sonuç Raporu, İstanbul.*

Lyberis, N., Yürür, T., Chorowicz, J., Kasapoğlu, E. & Gündoğdu, N. (1992). *The East Anatolian Fault: An Oblique Collisional Belt. Tectonophysics, no.204, pp.1-15.*

Naeim, F., Hagie, S., Miranda, E. (2005). *Automated Post-Earthquake Damage Assessment and Safety Evaluation of Instrumented Buildings, A report to CSMIP, John A. Martin & Associates, Inc. <http://www.johnmartin.com>.*

Özmen, B., (2000). *17 Ağustos 1999 İzmit Körfezi Depreminin Hasar Durumu (Rakamsal Verilerle). TDV/DR 010-53, Türkiye Deprem Vakfı, s.132.*

Öztemir, F., Necioğlu, A., Bağcı, G. (2000). *Antakya ve çevresinin depremselliği ve odak mekanizması çözümleri. TMMOB. Jeofizik Mühendisleri Odası, Jeofizik, 14, 1-2, 87-102.*

Parsons, T. (2004). *Recalculated probability of $M > 7$ earthquakes beneath the Sea of Marmara. Turkey, J. Geophys. Res., s.109.*

Sibson, R. H. (2002). *Geology of The Crustal Earthquake Source. International Geophysics Series, 81(A), pp.455-474.*

URL 1- www.mta.gov.tr, Erişim tarihi: 14.11.2019

URL 2- <http://www.koeri.boun.edu.tr/sismo/zeqdb/> , Erişim tarihi: 13.12.2019

SOSYAL MEDYANIN ŞÖHRET KÜLTÜRÜNE ETKİSİ

Doç. Dr. Ayşenur AKYAZI
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
aysenurakyazi@aydin.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-0009-2510>

ÖZ

Özellikle 20. yüzyılın ortalarından itibaren büyük hızla gelişen ve yaşamın her alanına nüfuz eden teknoloji, zaman içerisinde iletişimi dijital platforma taşımıştır. İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin sonucu olarak ortaya çıkan yeni iletişim araçları, bireylerin düşünce ve davranışlarında değişikliklere neden olmasının yanı sıra kültürel dönüşümlerin yaşanmasında da etkili olmaktadır. Bireylerin gündelik yaşamlarında etkisini artırarak önemli bir konuma yerleşen sosyal medya bir taraftan şöhret kültürü ile biçimlenirken, diğer taraftan da şöhret kültürünü şekillendirmektedir. Bu çalışmanın amacı gelişen yeni iletişim platformu olarak sosyal medyanın şöhret kültürünün değişimine etkisini ortaya koymaktır. Teknolojik determinizm, teknolojik gelişmelerle toplumsal değişim arasında bir nedensellik kuran ve teknolojiyi toplumsal değişimin belirleyeni olarak kabul eden bir yaklaşımdır. Çalışmada şöhret kültürünün değişimi McLuhan'ın teknolojik determinizm yaklaşımı bağlamında ele alınmaktadır. Yeni dijital çağda pek çok sıradan birey evini, kendini, düşünceleri gibi özeline ait olanları sosyal medya platformlarında sergileyerek, kısa süre içinde sosyal medya fenomenine dönüşebilmektedir. Son dönemde geniş kitleleri etkisi altına alan TikTok uygulaması da bu platformlardan bir tanesidir ve hemen her yerde karşılaşılabilecek bireylerin kendilerini görünür kılmalarını sağlayarak onlara şöhret olma fırsatı sunmaktadır. Bu platformda şöhret olma ihtimali uğruna bireyler, ürettikleri videolarda tüm yaratıcılıklarını ortaya koyarak kendilerini kanıtlamaya çalışmaktadırlar. Çalışmada bu platformda bireylerin şöhret olabilme uğruna sergiledikleri davranışları içeren görsel örnekleri içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Şöhret Kültürü, Sanal Şöhret

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON FAME CULTURE

ABSTRACT

The technology, which has been developing rapidly since the middle of the 20th century and penetrating into every area of life, has moved communication to the digital platform in time. The new communication tools that emerge as a result of the developments in communication technologies cause changes in the thoughts and behaviors of individuals as well as cultural transformations. Social media, which has earned an important position in the daily lives of individuals by increasing its influence, both shapes, and also it is shaped by the culture of fame. The aim of this study is to reveal the effect of social media on the change of fame culture as a new communication platform. Technological determinism is an approach that establishes the causality between technological developments and social change and accepts technology as the determinant of social change. In the study, the changing culture of fame is discussed in the context of McLuhan's technological determinism. In the new digital age, many ordinary individuals can quickly evolve into a social media phenomenon by exhibiting their home, self, thoughts, etc. on social media platforms. The TikTok application, which has been influencing large masses in recent times, is one of these platforms and it provides the opportunity for individuals, who can be seen almost everywhere, to become famous by making them more visible. For the sake of fame in this platform, individuals try to prove themselves by putting all their creativity in the videos they produce. In this study, the visual samples showing the behaviors of individuals for the sake of becoming famous were examined with the content analysis method.

Keywords: *Communication Technologies, Social Media, Celebrated, Fame Culture, Virtual Fame*

GİRİŞ

İnsanlık tarihi kadar eski olan iletişim, bireyler için en az yeme içme kadar önemli bir ihtiyaçtır. İnsan, varoluşundan bu yana şu veya bu biçimde iletişim kurma gereksinimi duymuştur. Binlerce yıllık tarihinde de bu ihtiyacı çeşitli iletişim yöntemleri geliştirerek gidermeye çalışmıştır. İletişim teknolojilerinin büyük bir hızla gelişmesi zaman içinde iletişime de yeni bir boyut kazandırmıştır. İletişimin geçmişle kıyaslanamayacak ölçüde hızlı olduğu yeni dünyada elektronik cihazlar hızla gelişmiş, bağlantılar hızlanmış, cep telefonlarının bellekleri, işlem kapasiteleri artmış, yaşamın her alanında kullanılan bilgi, dijital ortama taşınmış ve bunun sonucunda enformasyon üretimi geçmiş dönemler ile karşılaştırılmayacak oranda artış göstermiştir.

İletişim alanında yaşanan gelişmeler bir taraftan bireylerin ekonomik, sosyal, siyasal, vb. alanlarda bilgi sahibi olmalarını sağlarken diğer taraftan da toplumların ve bireylerin birbirleriyle olan etkileşimine ivme kazandırmıştır. Bu bağlamda iletişim alanında yaşanan gelişmelerin sonucu olarak ortaya çıkan iletişim araçları bireylerin haber ve bilgi almasını sağlamalarının yanında kültürel değişimlerin aktarılmasında ve yaşanmasında da etkili olmaktadır. İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile ortaya çıkan sosyal medya platformları ise günümüzde tüm dünyayı etkisi altına almıştır. İnternet teknolojisinin ucuzlaması, mobil teknolojilerin yaygınlaşması gibi faktörlerin etkisiyle sosyal medya hayatımızın vazgeçilmezleri arasına girmiş ve her yaşta bireyin günlük hayattaki iletişimlerinin bir parçası haline gelmiştir.

Sosyal medya kullanıcıları bu platformlarda her türlü paylaşımı yapabilmekte, fikir ve düşüncelerini ifade edebilmektedir. Bu paylaşımların takipçiler tarafından çok sayıda beğeni alması sosyal bir varlık olan bireyi mutlu ederken beğeni sayısının az olması ise mutsuz etmektedir. Çünkü bireyler beğenilmeyi ve takdir edilmeyi istemektedirler. Günümüzde bireyler bu platformlarda beğenilme ve takipçi sayılarını artırarak şöhret olmayı da hedeflemektedirler. Geleneksel kitle iletişim araçları ile şöhret olabilmek şansı çok az iken, sosyal medya platformları ile isteyen herkes için daha basit ve bireysel çabalarla ünlü olabilmenin yolu açılmış, şöhret isteyen herkesin ulaşabileceği kadar yakınlaşmış, şöhret kültürü biçim değiştirerek yeni toplumsal düzende yerini almıştır.

ŞÖHRET KAVRAMI VE ŞÖHRET SAHİBİ OLMAK

Şöhret, Arapça “şhr” kökünden oluşan bir kelimedir. Şhr kökünden meşhur ve teşhir kelimeleri de türemiştir. Türkçeye şöhret olarak çevrilen İngilizcedeki celebrity kelimesinin kökeni ise Latince celebritas kelimesinden gelmektedir. Celebritas “ün” ve “şan” anlamlarına karşılık gelmektedir. Celebrity kelimesi ilk kullanıldığı yıllarda “dinsel tören veya seremoni” anlamını içerirken (Aydın, 2008; 11) 19. yüzyıldan sonra bugün kullandığımız anlamı, yani “*hakkında çok konuşulan kişi, herkes tarafından bilinen kişi*” anlamını içermeye başlamıştır (Marshall, 1997: 4). Türkçede şöhret, şan ve ün kelimeleri birbirinin yerine kullanılabilir. Bu kelimelerin hepsi TDK Sözlüğünde ün, herkesçe bilinen, tanınmış, ünlü kimse olarak tanımlanmaktadır (TDK Sözlüğü). Daniel Boorstine göre şöhret, “Çok tanınmışlığıyla tanınan kişidir.” (Goldsmith, 2009: 21) Chris Rojek ise şöhreti, “*bir bireye kamusal alanda göz alıcılık veya kötü şöhretlilik statüsünün atfedilmesi*” olarak tanımlamaktadır. (Rojek, 2003: 12) “Şöhret olmanın özünde “tanıdıklık” vardır. Aslında tanıdıklık, büyümenin bir parçası, bir tür yanılısma; yani imgelerle örülerek kamusal sahneye yansıtılmış bir gösteridir.” (Sevim, 2012: 5). Şöhret kavramıyla ilgili çalışmalarda, bu kavramın toplumsal hayattaki ilk görünümünü farklı açılardan ele alınmaktadır. Inglis gibi bazı

araştırmacılar XVIII. yüzyılın ortalarından itibaren şöhret kavramının toplumsal hayatın içerisinde ortaya çıktığını ifade ederken Turner, Pringle, Bauman gibi bazı araştırmacılar da kavramın başta sinema olmak üzere konvansiyonel medyanın toplumsallaşmasıyla birlikte, kapitalist üretim mantığıyla günlük yaşamın içerisinde üretildiğini ifade etmektedirler. Rojek, Cowan gibi araştırmacılar ise şöhret kavramının kökenlerini inanç sistemlerinden başlatarak günümüze kadar değerlendirmektedirler. (Çaycı & Aktaş, 2018: 656) Chris Rojek'e göre, günümüzde bireylerin yaşamını meşgul eden şöhretlerin ortaya çıkmasında toplumların demokratikleşmesi, örgütlenmiş dinin gerilemesi ve gündelik yaşamın metalaşması olarak ifade edilebilen ve birbiriyle bağlantılı olan üç tarihsel süreç vardır (Rojek, 2003: 16). Fransız Devrimi'yle monarşi yerini evrensel eşitliği ve özgürlüğü getirmeyi amaçlayan yeni bir çağa bırakmıştır. Yine benzer şekilde Amerikan Devrimi de sömürgeciliği ortadan kaldırmak ve monarşiyi devirmek amacı ile yapılmıştır. Bu bağlamda Fransız İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesi ve Amerikan Bağımsızlık Bildirgesi toplumların demokratikleşmesinde atılan en büyük adımlardandır. Bu bildirgelerle birlikte monarşinin egemenliğinin yerini halk almaya başlamıştır. Kilise, aristokrasi gibi geleneksel kurumlar ile krallar, kraliçeler, rahipler gibi klasik figürlere saygı gösterme, itaat etme durumu ve ünlü olma ayrıcalığı ortadan kalkmış, kan bağına ve saraya bağlı sanatçılara atfedilen şöhret kavramı yerini yavaş yavaş ülkeyi yöneten siyasetçilere, zenginlere ve sıradan insanlara bırakmıştır.

Önceleri tek şöhret olarak İncil figürleri ve Tanrı görülmektedir. Daha sonra, krallık figürleri zamanla İncil figürlerinin yerini almaya başlamıştır. Modern anlamı demokratik, seküler toplumların yükselişiyle kurulmuş olan şöhret için, Rojek (2003: 52) "*Dinden başka, karşılıklı tutkunun fiziksel etkileşim olmaksızın işlediği tek insan ilişkileri kümesi şöhret kültürüdür*" demektedir. Kapitalizm, insanların hem arzulayan hem de arzulanan nesne olmalarını istemektedir. Şöhretler ise, meta tüketim sürecini insanileştirmektedir. "*Marx'a göre kapitalizmle birlikte her şeyi maddi unsura dönüştüren bu modernleşme süreci, en kutsal olan insanı da maddileştirmekte, sayısal bir değer vermekte ve buharlaştırmaktadır.*" (Avcı, 2015: 256) J. Gamson, ticari bir endüstri halini alan şöhret endüstrisinin diğer meta üretim süreçlerinden herhangi bir farklılığının olmadığını ifade ederken, E. Cashmore ise şöhretin satın alınabilecek veya satılacak bir emtia haline geldiğini söylemektedir (Çaycı & Aktaş, 2018: 661). Kapitalleşme ile şöhretler toplumsal hayatta etkin ve özendirici bir rol üstlenmekte, toplum tarafından yaptıklarıyla, giydikleriyle, içtikleriyle, vb. örnek alınan rol modeller olarak görülmektedirler. Chris Rojek'e göre şöhret statüsü üç şekilde elde edilir: Aileden gelir, kazanılır ya da başkalarınca atfedilir.(Rojek, 2003: 25) Aileden gelen şöhret, kişinin soyuyla ilgilidir. Eski toplumsal yapıda krallar, kraliçeler vb. soylu kişilerin kendileri ve çocukları bu kategoride yer almaktadır. Kazanılmış

şöhret, bireyin kendi yeteneğiyle elde ettiği ve başkalarının fark edilen şöhret statüsüdür. Kişi kültürel araçlar tarafından kişi dikkate değer ya da istisnai biri gibi yoğunlaştırılarak sunulduğunda atfedilmiş şöhret statüsü kazanmaktadır. “Bireyler herhangi bir büyük yeteneğe ya da ünlü biriyle kan bağı olmaksızın şöhret olurlar. Bu bireylerin şöhretleri medya kaynaklıdır.” (Laughy, 2010: 135) Şöhretimsi olarak da adlandırılan bu kişiler, anlık ün kazanmakla ve sonradan hızla halkın zihninden silinmekle meşhurdurlar. Piyango talihlileri, bir günlük şöhretler, skandallarla gündeme gelenler, reality show yıldızları bu kategoride değerlendirilmektedir.

Bireylerin şöhret olmak istemesinin altındaki nedenleri araştırmacılar farklı faktörlerle açıklamaktadırlar. Vassar College Psikoloji bölümünden Dara Greenwood’a göre bu isteğin arkasında üç neden bulunmaktadır. İlk neden: değerli görülme isteği, ikincisi: rahat ve lüks bir yaşam geçirmek, üçüncü neden ise, ünlü olarak diğerlerine rol model olmak ve sosyal sorumluluk anlamında da işlev görerek topluma faydalı işler yapmaktır. Kopenhag Üniversitesi Felsefe bölümünden Jon Sochoux ise şöhret arzusunun temelinde evrimsel bir içgüdüün yattığını ve sosyal bir canlı olan insanoğlunun en büyük korkularından bir tanesinin dışlanmak olduğunu söylemekte ve toplumsal hiyerarşide birey ne kadar üst sırada bulunursa dışlanma ihtimalinin de o kadar azaldığını belirtmektedir (Üyken, 2017).

Bireylerin, ünlü olma isteğinin, takdir edilme arzusundan kaynaklandığını söylemek mümkündür. Ünlü olmak hem sonsuza kadar yaşamının bir yolu, hem bireylerin hayatlarını kendi kontrolleri altına alabilmeleri için bir olanak, hem de toplumsal düzen içinde güçlü kişi olmaya yarayan kurnazca bir strateji olarak görülebilir (Holderman, 2007: 291). Günümüzde bireyler şöhret sahibi olmayı bir nevi kariyer olarak algılamakta, saygınlık ve itibar kazanmanın bir yolu ve neredeyse her kapıyı açan sihirli bir anahtar olarak görmektedirler. Yakın zamana kadar, “Büyüyünce ne olacaksın?” sorusu sorulduğunda doktor, mühendis, avukat ya da polis olmayı hayal eden çocuklar bugün şöhret olmayı düşlemektedirler. 2012 yılında Kaliforniya Üniversitesi Psikoloji bölümünden Y. Ulhs ve P. Greenfelds’in yaptıkları araştırmanın sonuçları, 10-12 yaş arası çocukların yüzde 52’sinin isteğinin şöhret olmak olduğunu göstermektedir (Üyken, 2017). Çocukların şöhret olma isteğine ilişkin olarak Psikiyatr ve Psikoterapist Alper Hasanoğlu şunları söylemektedir:

Başarılı olmanın, görülmenin, yaşadığımız her özel anın başkaları tarafından da görülmesi için bin bir çaba içinde olan anne-babalar varken, çocuklar ne yapsın ki? Onlar ne yaparsa çocukları da onu yapıyor aslında. İyi, erdemli, dürüst insan yetiştirebilmemiz, önce bizim böyle olmamızla mümkündür.

Biz yaşantımızı etik kurallar içinde yaşarsak, birbirimize otantik bir sevgi bağıyla bağlanırsak, kimse de sadece ünlü olmaya çalışmaz. (Çakmakkaya, & Özçapkın, 2017).

Driessens şöhret kültürünün üç gelişim evresinin oluştuğunu söylemektedir. Bunlardan birincisi, medyatikleşme (iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile sosyokültürel pratikler arasındaki ilişkilerin bir bütünlük oluşturması) süreci, ikincisi, kişiselleştirme (ünlülerin kişiliklerine ve özel yaşamlarına artan ilgi) süreci üçüncüsü ise metalaşma (şöhretin, ekonomik değere dönüşmesi) sürecidir. Bu üç evre şöhret kültürünü oluşturmakta ve şekillendirmektedir. (Çaycı & Aktaş, 2018: 662) Soyut arzuyu cisimleştirme gibi bir becerisi olan şöhret kültürü, yarattığı yıldızları adeta bir meta olarak görmekte ve kullandığı bu metaları pazarlayabilmek için çeşitli stratejiler geliştirmektedir (Şimşek, 2012: 7). Medya ve özellikle yeni medya, günümüzde kültürün en önemli belirleyicisi olarak şöhret kültürünün oluşmasında aktif bir rol oynamaktadır. İletişim teknolojilerindeki gelişmelerin bir sonucu olan internet, günümüzde şöhret kültürünün en etkili ve en hızlı bir şekilde yayıldığı mecradır. Şöhreti giderek herkesin ulaşabileceği bir konuma doğru yaklaştırmakta ve kitlelerin ünlü kişilerin yaşadıkları cazip hayatlara özlem duymasını körüklemektedir. Özellikle sosyal medyanın tüm dünyada oldukça yaygınlaşması ile şöhret kültürü bu yeni mecrada yeni bir görünüme bürünmüştür.

Teknolojik gelişmeler insan doğasını temelden değiştirip dönüştürebilmektedir (Gardner & Davis, 2013: 30). McLuhan, teknolojik determinizm kuramında iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeleri toplumsal değişimin merkezine yerleştirmekte ve toplumsal değişim evreleri arasındaki sıçramaları, bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelere bağlamaktadır. McLuhan tarafından ortaya atılan teknolojik determinizm yaklaşımına göre, bilginin kaydedilip aktarıldığı iletişim aracı, dolayısıyla iletişim teknolojilerindeki gelişmeler bireylerin iletişim süreçlerini etkilemekte ve o kültürün karakterinin belirlenmesinde önemli ölçüde belirleyici olmaktadır. “*Toplumlar her zaman iletişimin içeriğinden çok, insanların iletişimde kullandıkları iletişim araçlarının doğasına biçimlendirilmişlerdir.*” (McLuhan & Fiore, 2005: 8) Teknolojik determinizme göre teknoloji bireylerin yaşam biçimlerini, davranışlarını önemli ölçüde belirleyen, etkileyen ve değiştiren dışsal bir güçtür ve teknolojik süreç kaçınılmazdır. İnsan yaşamının her alanını doğrudan ya da dolaylı bir şekilde etkileyen ve insanın duyularının uzantıları olarak tanımlanan teknoloji, kitleler üzerinde belirleyici olmakta, bireyin kişiliğini arka plana atarak, standartlaşmış bir yaşama zorlamaktadır (McLuhan & Fiore 2005: 25). Bir taraftan teknolojik gelişmeler hız kazanırken diğer taraftan toplumsal değişim de hızlanmaktadır. Teknolojik determinizm yaklaşımına göre, teknolojinin bütün toplumsal

etkinlikleri belirleme gücü vardır ve bu güç ekonomi, politika, gündelik yaşam gibi tüm kurum ve ilişkileri içine almaktadır (Yalçın, 2017: 94). Bu bağlamda şöhret kültürü de teknoloji ile yeniden şekillenmektedir ve teknolojik determinizmin en iyi örneklerinden birini bireylerin iletişim biçimlerini, düşüncelerini, kültürlerini değiştiren sosyal medya oluşturmaktadır. “*Sosyal ağ bir araçtır yani araç = iletidir, bu anlamda araç = şöhrettir söylemi ortaya çıkmaktadır.*” (Akyıldız & Yılmaz, 2017: 38)

SOSYAL MEDYA ve ŞÖHRET

20. yüzyılın sonlarında internet teknolojisi geleneksel iletişim biçimlerinde önemli bir değişimi beraberinde getirmiş, iletişimi farklı bir boyuta taşımıştır. İnternetin bireyin yaşamının vazgeçilmezleri arasına girmesi daha önce hiçbir kitle iletişim aracının başaramadığı kadar kısa bir sürede gerçekleşmiştir. Özellikle 2000’li yıllardan sonra oldukça hızlı bir biçimde bireylerin günlük hayatlarına nüfuz etmeye başlayan sosyal medya; yaşı, cinsiyeti, eğitim düzeyi, gelir durumu, düşünceleri, vb. farklı olan çok sayıda kişi tarafından kullanılmaya başlanmıştır. “*Medyanın geçirdiği en büyük değişimlerden biri sosyalleşmesi, insanların pasif bir halde izlediği bir oluşum olmaktan çıkıp bizzat insanlar tarafından oluşturulan ve yönetilen bir dünya haline gelmesidir.*” (Akyazı, 2015: 158) İnternetin bu derecede bireylerin yaşamlarının merkezinde konumlandığı günümüzde, kullanıcı kitlesi de tüm dünyada önemli boyutlara ulaşmıştır. Dünya çapında internet kullanıcı sayısı 2018 yılının ikinci çeyreği itibariyle yaklaşık 4.2 milyar kişiye ulaşırken (Internet World Stats, 2018), aktif olarak sosyal medyayı kullanan kişi sayısı ise yaklaşık 3.1 milyar kişiye ulaşmıştır. (We Are Social, 2018) Bireyler bir yandan sosyal medyayı günlük yaşamlarının bir parçası haline getirirken diğer yandan da günlük yaşam pratiklerini sosyal medyaya taşımaktadırlar.

Çevrimiçi yeni iletişim ortamlarının tamamını içine alan şemsiye bir kavram olarak sosyal medya (Akyazı ve Akyazı, 2013: 208) “*katılımcılarının online ortamlarda kendilerini ifade etme, iletişime geçme, gruplara katılma ve bu ortamlara fikir, yorum ve yayınlarıyla katkıda bulunma imkanı sağlayan sosyal içerikli web siteleri*” (Köksal ve Özdemir, 2013: 325) olarak ifade edilmektedir.

Sosyal medyada iletişim, her ne kadar sanal ortamda gerçekleşse de yaşantılar üzerindeki etkisini her geçen gün biraz daha fazla hissettirmekte ve bu mecra bireylerin: duygularını, düşüncelerini, davranışlarını, yaşam şekillerini, dünyayı algılama biçimlerini değiştirmektedir. M. Castells’e göre enformasyonu ön plana çıkaran ağ toplumu, bilişim ağlarında oluşan ve tüm dünyaya yayılmış yeni bir toplumsal organizasyon yapısı olup, kültür aracılığıyla şekillenen bir etkileşim ortaya koymasının yanında; üretim, tüketim ve güç ilişkilerini de etkilemiştir

(Castels, 2005: 127). Toplumsal hayatta çok uzun yıllar boyunca süregelen şöhret kültürü, zaman ve koşullar değişim gösterse de yeni gerçekliklerle yeniden şekillenerek varlığını sürdürmektedir. İletişim alanında yaşanan gelişme ve yeniliklerle birlikte şöhret kültürü de, tekrar şekillenerek yeni toplumsal düzende de varlığını devam ettirmektedir. McLuhan'a göre teknoloji ve onun araçları insanların uzantısıdır. Bilgisayarlar, mobil telefonlar, sosyal medya, vb. bireylerin bir uzantısıdır ve onları yeniden şekillendirmektedir.

Geçmişte krallara, kraliçelere vb. özgü olan ünlü olma ayrıcalığı, daha sonraları ülkeleri yöneten siyasetçilere ve zenginlere de yayılmıştır. Günümüzde ise teknolojinin küçülttüğü ve küresel köy haline gelen dünyada artık soy bağı ya da büyük bir servete sahip olmaksızın da isteyen herkes için sosyal medya platformlarında ünlü olabilmek ihtimali bulunmaktadır. Çağımızda ünlü olmanın yolu yeterince öz güveni olan herkese açık duruma gelmiştir. Twitter, Facebook, YouTube vb. platformlar ile daha kısa yoldan ünlü olmak mümkün hale gelmiştir. Ön koşulların bulunmadığı sosyal paylaşım ağlarında isteyen herkes özgürce düşüncelerini ifade edebilmekte ve üretimde bulunabilmektedir. Sosyal medya mecraları sıradanlığın şöhretini yaygınlaştırmaktadır. Bu platformlarda küresel ve yerel anlamda yayılan şöhretler kitlelere ulaşmakta, özellikle sosyal paylaşım ağlarını yoğun biçimde kullanan gençleri etkisi altına almaktadır. Sıradan insan, sosyal paylaşım ağları vasıtasıyla kısa sürede şöhret kültürünün önemli bir aktörü olup, fenomen haline gelebilmektedir (Arık, 2013: 110). Artık şöhret, diğer tüketim nesnelere gibi hemen elde edilebilen, çabuk tüketilen bir haz sağlamaya için tasarlanan, kullanıldıktan sonra da atılabilme özelliğine sahip bir tecrübedir (Avcı, 2017: 8). Geleneksel medyada şöhret olan kişiler için ikon, yıldız, ünlü gibi sıfatlar kullanılırken dijital dünyada şöhretli kimseler için fenomen kelimesi kullanılmaktadır. Şöhret olmak için bireyler bir şekilde evini, kendini, düşüncelerini, vb. sosyal medya platformlarında sergileyerek görünür hale gelmekte, kısa süre içerisinde de sosyal medya fenomenine dönüşmektedirler. Mikro şöhret ya da sosyal medya fenomeni terimi, sosyal ağ sitelerinde içeriklerle diğer kullanıcıların ilgisini çeken ve takipçi sayısını arttırmak için paylaşımlar yaparak ağlarda popülerliklerini artıran bireyler için kullanılmaktadır. (Avcı, 2017: 8) Boş zamanı değerlendirme amacıyla 1999 yılında, kişisel web sitesi oluşturan ve "This is my page. I Kiss You" diyen İnternet Mahir'le (Bilge, 2015) fenomen kavramı ortaya çıkmıştır. BBC, Wired gibi medya kuruluşları Mahir'le ilgili haberler yapmış ve web sitesi 100 binlerce kişi tarafından ziyaret edilmiştir. (Üyken, 2017) Günümüzde fenomenlik sınırsız çeşit ve içerikteki örneklerle devam etmekte hatta önemli miktarda ekonomik gelirlerin kazanıldığı bir meslek haline gelmiştir. İnternette Mahir Çağrı ile başlayan serüven, günümüzde milyonlarca kullanıcının şöhret olmak için çabaladığı bir mecrayı ortaya çıkarmıştır.

Bireyler daha fazla takipçi sayısına ulaşabilmek ve beğenilmek için dolayısıyla sosyal medyada görünürlüklerini artırmak için çabalamakta ve böylece sosyal medya platformlarında kısa sürede şöhreti yakalama fırsatını elde etmektedirler. Takipçiler ise sosyal medyada bu bireyleri tıklayarak şöhretin basamaklarını daha hızlı çıkmalarını sağlamaktadırlar. Ağda şöhret yaratmanın temel özelliği, ağ topluluklarının kapsama gücünün net bir sınırı bulunmayan ilerleme gücünü elinde bulundurmasıdır. (Burnett, 2007: 104). Yaratılan etkinin sınırsız yayılımı da şöhrete güç katmaktadır. Web 2.0 ile birlikte kullanıcı artık yalnızca tüketici değil, içerik üreticisi de olmaktadır. Yeni teknolojiyle birlikte bireyler katılımcı kültürü benimseyen sanal dünyada yaratıcılıklarıyla ürettikleri içeriklerle, hazırladıkları şovlarla çok kısa sürede birer fenomene dönüşme olanağı elde etmektedirler. Andy Warhol'un yıllar önce söylediği “*Bir gün herkes on beş dakikalığına ünlü olacak*” sözü bugün sosyal medyanın yükselişiyle haklı çıkmış, düşüncesi gerçeklik kazanmıştır. Ağda şöhret olmak, iletişim dilini ve kullanımını çözümlen kurulan ve yarattığı etkileşimle takipçisi olan kişiler üzerinde yönelim oluşturabilme kabiliyetine bağlıdır (Akyıldız & Yılmaz, 2017: 32). Dünyada ve ülkemizde sosyal medya platformları aracılığı ile şöhreti yakalayan birçok kişi mevcuttur. Bethany Mota, 2009 yılında makyaj, moda, saç stilleri, bunlar için rehberler ve kendin yap fikirlerini yayınlamaya başladığı YouTube kanalı ile daha 19 yaşında olmasına rağmen 2,5 milyon dolarlık bir servet yapmayı başarmıştır. Andrew B. Bachelor 2010 yılında Florida Devlet Üniversitesi İşletme Bölümü'nden mezun olmuş ancak şöhreti ve serveti için diplomasını hiç kullanmamıştır. Video başına 30 ila 80 bin dolar arasında kazanan Bachelor'un tahmini serveti ise yaklaşık olarak 2,5 milyon dolardır. Justin Bieber ise annesinin, dans ettiği ve şarkı söylediği videolarını çekip YouTube kanalına eklemesiyle şöhreti yakalamıştır ve yaklaşık 200 milyon dolarlık bir servete sahip olduğu tahmin edilmektedir (Yeni İş Fikirleri, 2017).

Sigmund Freud insan zihninin id, ego ve süperego olmak üzere üç katmanlı bir yapıda işlediğini düşünmektedir. Freud'a göre şahsiyet id, ego, süperegonun karışımıdır. İd; mantık tanımaksızın içgüdülerle hareket etmekte ve sürekli istemektedir. Ego; şahsiyetin zihin dışıyla ilişkisinde aracıdır ve bir taraftan idin baskısına cevap verirken, diğer taraftan da şahsın zihin dışı varoluşla bağlantısını sürdürmekte ve mantık çerçevesinde hareket etmektedir. Süperego ise şahsiyetin fren mekanizmasıdır, kişiyi yargılar ve önüne engeller koyar. (Konakay & Çelik, 2018: 701) Ego, süperegonun ve idin baskıları altında uygun çözüm yolları aramaktadır.

Bireyler, sosyal medya mecralarında bir taraftan sergilenen yaşamları izlerlerken, diğer taraftan da diğerlerinin izlemesi için hazırladıkları bir hayatı sergilemektedirler. Freud'un yapısal kuramı sosyal medya için uyarlandığında,

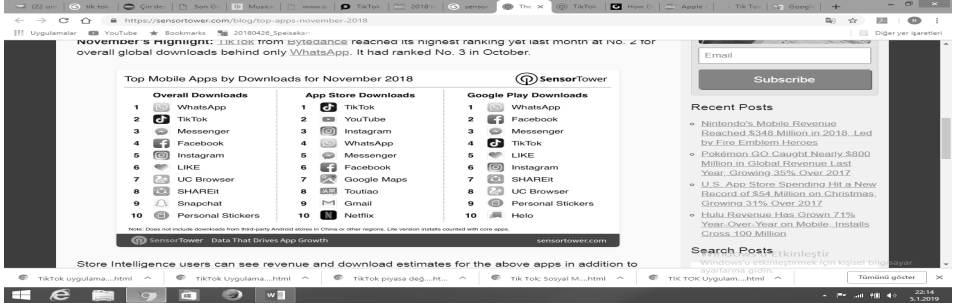
sosyal medya mecralarında sergilenen içeriklerin belirli filtrelerden geçirilmesi, bireylerde memnuniyetsizliğe neden olacak durumların azaltılması nedeniyle idin haz ilkesine uygun düşmektedir. Süperego, egoya yaşadıklarını filtreleyerek sosyal medyada sergilemesi için baskı yapmaktadır. Kullanıcıların diğerlerini gözetledikleri, kendilerini sergiledikleri ve takipçileri memnun edecek şekilde davrandıkları bir mecraya olarak sosyal medya, süperegonun bu isteğini karşılamaktadır. Sanal dünyada birey, takipçi sayısı ne kadar fazla ise ve paylaşımlarına ne kadar çok beğeni alıyorsa kendini o kadar kendini önemli ve mutlu hissetmekte, popüler hale gelmektedir. Bu durumda bireyin egosunu beslemektedir. Ego ile sosyal medya arasındaki ilişkiye dair Psikolog B. Ayaz şunları söylemektedir:

Sosyal medya öyle bir şey ki 'ben' duygusunu uyandırıyor. İnsan televizyonda veya birekranda seçkin insanları görmeye alışmışken, sosyal medya sonrasında birden ekranda kendi yüzünü görmeye başladı. Resimleri, bedeni ve içerikleri ekrana yansımaya başlayınca bu büyümlü bir duygusal dalgalanmaya yol açtı. Bunun başlıca sonucu 'ben' duygusunun gelişmesiydi... (TRTHABER, 2018)

Günümüzde sosyal medya sunumun ucuz olması ve kolaylaşmasıyla birlikte kullanıcılar fotoğraf, mesaj, animasyon, canlı yayın vb. yanında kendilerinin ürettiği performansları da sunmakta ve bu içerikler de takipçiler tarafından tüketilmektedir. “*Geleneksel medyadan yeni medyaya geçiş, içerik üretim ve tüketiminde bireyleri sınırları belirsiz, kontrolsüz, kaotik bir düzenle karşı karşıya bırakmıştır.*” (Çavuş vd., 2016: 284) Böylece sosyal medya sıradan bireyler için şöhret olmanın kapısını aralamaktadır. Takipçiler, izleyici kitlesine dönüşmekte, bireyler sıradan olmadıklarını kanıtlamak için çabalamakta ve takipçi sayıları arttıkça kendilerini önemli hissetmektedirler.

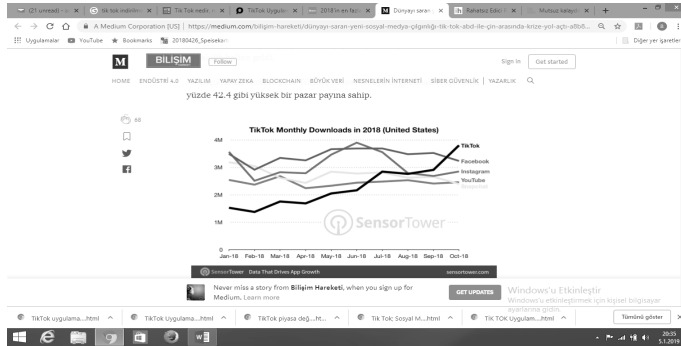
KİTLELER İÇİN YENİ ŞÖHRET YOLU: TİKTOK

2016 yılında Douyin adıyla ortaya çıkan TikTok, öncelikle Çin’de oldukça fazla ilgi gören ve milyonlarca kullanıcı sayısına ulaşan bir müzik ve sosyal medya uygulamasıdır. TikTok ile fotoğraf, video, müzik, konum, ders notları gibi her şeyi paylaşabilmek mümkündür. Sosyal medya platformlarında video içerikli paylaşımlar giderek artmaktadır. Bireylerin film repliklerine veya şarkı sözlerine dublaj yaparak kısa video yaratıp paylaşımlarına olanak sağlayan TikTok kurulduktan bir sene sonra benzer bir uygulama olan Musical.ly ile birleşerek daha da güçlenmiştir. TikTok uygulamasında kullanıcılar çok sayıda görsel ve ses efektleriyle kısa videolar çekip uygulama içerisinde paylaşabilmektedir. Ücretsiz olan uygulama cep telefonlarında, tabletlerde ve bilgisayarlarda kullanılabilir. Bütün sosyal medya uygulamaları gibi takipçilik sistemiyle işlemektedir.



Şekil 1: Kasım 2018 İtibariyle En Fazla İndirilen Uygulamalar
Kaynak: Sensor Tower, 2018.

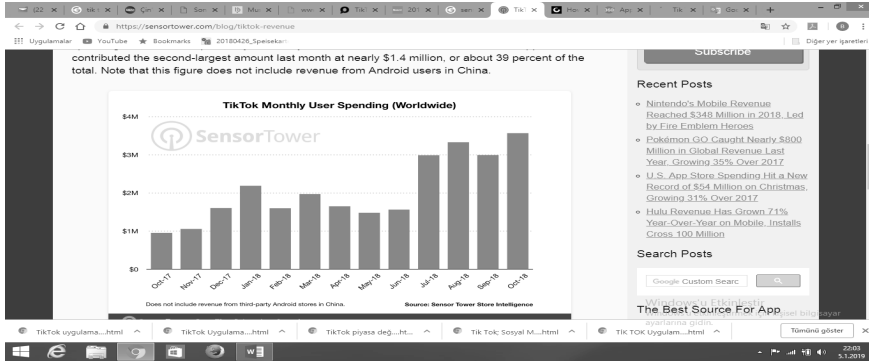
Şekil 1’de görüldüğü gibi Kasım 2018 itibariyle TikTok, App Store’dan en fazla indirilen uygulama olurken, Google Play’den en fazla indirilen dördüncü uygulama olmuş, tüm dünyada ise indirilen uygulamalar arasında ikinci sıraya yerleşmiştir. Instagram, 2018 yılının ilk 3 ayında 31 milyon, YouTube, 35,3 milyon defa indirilirken, Çin’in gözde uygulamalarından olan TikTok 2018’in ilk çeyreğinde 45.8 milyon kez indirilmiştir (Tomar, 2018). TikTok, Ekim 2018 itibariyle 500 milyon aktif kullanıcıya sahip devasa bir platform haline gelmiştir ve 150’den fazla ülke/bölgede kullanıcısı bulunmaktadır (Acar, 2018). IOS işletim sistemine sahip telefonlara en çok indirilen uygulama olan Tik Tok, ABD’de, Avrupa ülkelerinde ve ülkemizde hızla popüler hale gelmektedir.



Şekil 2: Ocak 2018-Ekim 2018 TikTok Aylık İndirilmesi (ABD)
Kaynak: Sensor Tower, 2018.

Asya pazarında çok hızlı büyüyen TikTok, kolay kullanımı ile ABD pazarında da son dönem indirilme sayısında Facebook’un üzerine çıkmıştır. Şekil 2’de görüldüğü gibi TikTok’un indirilme sayısının, Ocak 2018’den Ekim 2018’e gelindiğinde

ABD’de yaklaşık %150 oranında artması, ABD medyasında endişelere yol açmıştır. Öyle ki, New York Times tarafından yayınlanan bir makalede, “*TikTok, dünyayı işgal ediyor*” şeklinde bir ifadeye yer verilmiştir. (Milliyet Gazetesi, 2018,a) TikTok, Çin’de geliştirilmesine rağmen ABD’de başarılı olan ilk sosyal medya uygulaması olarak değerlendirilmektedir (Yeni İş Fikirleri, 2018).



Şekil 3: TikTok Aylık Kullanıcı Harcamaları (Dünya Çapında)
Kaynak: Sensor Tower, 2018.

Şekil 3’de görüldüğü gibi TikTok gelirlerinin Ekim 2017’den Ekim 2018’e geldiğinde 3 kat artarak 3,5 milyon dolara ulaştığı görülmektedir. ByteDance tarafından geliştirilen TikTok, piyasa değeri 72 milyar dolar seviyesinde olan Uber’i geride bırakmıştır (Milliyet Gazetesi, 2018b).

YouTube ile ivme kazanan, Vine, Snapchat ve Instagram ile devam eden, kullanıcıların anlık olarak yaşadıklarını paylaşması ile son dönemlerde çok daha fazla karşımıza çıkmaya başlayan kısa video uygulaması TikTok aşağıda sıralanan gelişmeler ile rekabet halinde olduğu diğer uygulamalar arasından sıyrılarak üst sıralara yerleşebilmiştir (Yılmaz, 2018):

- Gençler sayısız videoya erişme şansı yakalayarak bağımlı hale gelmektedir.
- TikTok’un ünlüler tarafından kullanılması ile kitleler de hayran oldukları bu kişileri model olarak alarak uygulamayı kullanmaktadırlar.
- TikTok, bir duvar saatinin seslerini akla getiren ismiyle bireylerin zihinlerinde önemli bir yer edinmektedir.
- ByteDance uygulamanın hızla büyümesine katkıda bulunmak için diğer sosyal ağlar üzerinde de reklam kampanyası başlatarak kitlelere daha hızlı ulaşmasını sağlamaktadır.
- Uygulama güçlü bir algoritma tarafından desteklenmekte ve efektlerinden filtrelerine kadar sıklıkla güncellenmektedir.

TikTok'taki videolar 15 saniye ile sınırlı olmakla birlikte biçimli hikâyeler halinde birbirine eklenebilmektedir. TikTok uygulaması ile kullanıcılar 15 saniyelik videolarını çekerek kaydetmekte ve bu videoları kesme, birleştirme ve filtreleme özellikleri ile düzenlemektedirler. Videolar popüler olan çeşitli şarkılar ya da dizi replikleri ile birlikte de çekilebilmektedir. TikTok'ta her şarkı için üretilmiş videolar ayrı ayrı listelenmekte dolayısıyla kullanıcılar video çekmeyi düşündükleri şarkıyla ilgili daha önce çekilen videoları da izleyebilmektedir. Ülkemizde de aktif olarak kullanılan uygulama ile kamera önüne geçen kullanıcılar uygulamada arka fonda çalan müzik ya da repliklere oyuncu / taklitçi olmakta ve arka fonda çalanı kendilerince yorumlayarak videoya çekmektedirler.

Musical.ly'nin yeni versiyonu olan TikTok; YouTube ve Instagram'ın tam tersi günlük hayatın içinden: her gün yolda, okulda, işte karşımıza çıkabilecek bireyler için şöhret olmayı kolaylaştırmıştır. Instagram'da, YouTube'da daha büyük paralar harcayarak, daha kaliteli içerikler üretilerek, tanınmak ve ünlü olmak için çaba gösterilirken, TikTok ile neredeyse toplumun her kesimine kendini kolay yoldan tanıtabilmek için fırsat tanınmaktadır. Bireyler arasında videoları eğlenme amacıyla çekenler olmakla birlikte, birçok kişi de popüler olan içeriğin yeniden üretilmesiyle yeni bir popülerlik kazanmaya çalışmaktadır. Bireyler her ne kadar mütevazı bir şekilde '*niyetimiz ünlü olmak değil, sadece eğleniyoruz*' gibi söylemlerde bulunsalar da, takip edilmek ve beğenilmek hemen her bireyin hoşuna gitmektedir. Dolayısıyla Andy Warhol'ın "*Herkes bir gün on beş dakikalığına meşhur olacak*" ifadesi, TikTok uygulaması için "*Herkes bir gün 15 saniyede ünlü olacak*" şeklinde değişikliğe uğramıştır.

ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin sonucu olarak ortaya çıkan yeni iletişim platformları, bireylerin düşünce, tutum ve davranışlarında farklılıkların yanı sıra şöhret kültüründe de değişikliklere neden olmaktadır. Bu çalışmanın amacı yeni iletişim ortamlarından sosyal medyanın şöhret kültürüne etkisini, son zamanlardaki başarılı araçlarından birisi (TikTok) üzerinden ortaya koymaktır. Araştırma oldukça yeni bir platform olan TikTok'ta günlük hayatımızda her yerde karşılaşılabileceğimiz hemen her kesimden sıradan insanların şöhreti yakalamak için neleri göze aldığını göstermesi açısından önem taşımaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu amaçla TikTok'un şöhret kültürüne getirdiği değişiklikleri ortaya koymak amacıyla bu platformda yayınlanan görsellerden rastgele örneklem yöntemiyle seçilenler içerik analizine tabi tutulmuş ve bu platformun bireyler üzerindeki etkisi tartışılmıştır.

BULGULAR ve TARTIŞMA

TikTok ile şimdiye kadar sosyal medyada aşına olunmayan yüzler dijitale taşınmıştır. Artık video içerik her alanda ön plana çıkmaktadır ve bireyler kendilerini diğerlerine göstermek istemektedirler. Maddi anlamda belli bir düzeye ulaşamayan bireyler için de bunu gerçekleştirebilmenin en ucuz ve kolay yolu da alternatif bir mecra olan TikTok'tur.



Şekil 4: Komik Olduğu Düşünülen TikTok Videoları

Kaynak: TikTok

Yaş grubu gözetmeyen, bireyler için şöhretin kapılarını aralayan uygulama hemen her kesimin ilgi odağı olmayı başarmıştır. Günümüzde Şekil 4'te görüldüğü gibi komik hareketleri videoya çekerek, ortaya çıkan akımları takip ederek (Örn: "Kimin Öyküsü Bu" şarkısının sözlerini "Kimin Kocası Bu" şeklinde değiştirilerek yeni sözlere klip çekilmesi) ve popüler olanlara dahil olarak sosyal medya fenomeni olabilme ihtimali TikTok uygulaması ile mümkündür. Sosyal medyada fenomen olabilmek beraberinde maddi kazanımları da getirmektedir. Fenomenlik günümüzde en çabuk ve kolay yoldan para kazanma yollarından birisidir. TikTok'ta ünlenen DJ Atik, videolarından ayda 168 bin dolar kazandığını açıklamıştır (HalkTV, 2019).



Şekil 5: Diğerlerinden Üstün Olduğu Düşünülen Özelliklerin Sergilendiği TikTok Videoları

Kaynak: TikTok

Bireyler bir videoyla bu şöhrete kavuşma ihtimalini de oldukça ciddi bir şekilde düşünmektedirler. Öyle ki Şekil 5'te görüldüğü gibi çektikleri videolarda zenginliklerini, fiziki üstünlüklerini ön plana çıkarmakta, çeşit çeşit kıyafetleri sergilemekte, sadece video çekebilmek için farklı farklı yerlere bile gitmektedirler. Bu tür özelliklere sahip olmayanlar ise zengin olmadığı halde öyleymiş gibi davranarak ya da sadece videolarda göstermek için kıyafet satın alarak şöhret olma umutlarını korumaktadırlar. Her iki şekilde de ortak hedef beğenilmek, tanınmak kısacası şöhreti yakalamaktır.

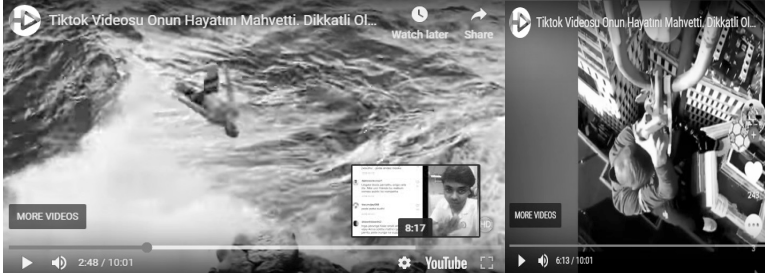


Şekil 5: Mercedes Amblemi İle Video

Kaynak: TikTok

Şekil 5'te görülen video TikTok'ta diğerlerine üstünlük sağlama uğruna hırsızlık yapan bir kişi tarafından çekilmiştir. Mercedes amblemini söküp kendi arabasına takarak, Mercedes marka arabaya sahip olduğu algısı yaratmaya çalışmıştır. Şikâyet üzerine bu videoyu paylaşan kişinin evine yapılan baskında çok sayıda Mercedes amblemi bulunmuştur. Yaptığı itirafta ise TikTok'a çok bağımlı olduğunu ve insanların dikkatini çekebilmek için böyle bir eylemi gerçekleştirdiğini ifade etmiştir (Haberler.com, 2018).

TikTok'ta paylaşılan videoları kimin ne kadar izlediğini, kimin beğendiğini, görebilmek mümkündür. Herkesin kullanabileceği bu uygulamada yapılan paylaşımları her şehirden hatta farklı ülkelerden insanın izleyerek beğenmeleri, hayranlık duymaları ve olumlu yorumlar yapmaları istemsizce ve önlenemeyen bir şekilde bireylerin egolarını tatmin etmekte, kendilerini daha iyi hissetmelerini sağlamaktadır.



Şekil 6: Tehlike İçeren Video Örnekleri
Kaynak: TikTok

Şekil 6'da yer alan ilk görselde yüksek kayalardan gösteri yaparak atlayan bir kişi, ikinci görselde ise yasak olmasına rağmen bir köprüye asılarak futbol topuyla şov yapan bir kişi görülmektedir. Tehlikenin daha fazla beğeniyi beraberinde getireceğini düşünmeleri sebebiyle yaşamlarını tehlikeye atmadan çekinmemektedirler.



Şekil 7: Tuhaf TikTok Videoları
Kaynak: TikTok

Şekil 7'de görüldüğü gibi TikTok videolarının birçoğunda bireylerin şöhret olma ihtimali uğruna bile kendilerini şekilden şekle soktukları, eğlence adı altında tuhaf hareketler sergileyerek kendi öz saygılarını bir kenara bıraktıkları, mahremiyetin sınırlarını zorladıkları ve kültürel anlamda yozlaştıkları görülmektedir.

Psychology Today yazarlarından psikolog Robert W. Fuller, insanların şöhret olma ihtiyacını, abartılı olduğu durumlarda bir hastalığın varlığına bağlıyor. Bu hastalık bedensel ya da fiziksel değil, daha çok ruhsal bir hastalık. Tik-Tok videolarını gözünüzün önüne getirin, hangisi gerçekten sıradan ve normal? İnsanların saniyeler içerisinde gösterdikleri ünlü olma çabaları fazlasıyla hissedilir. Videolarda fiziksel avantajlarını kullananlar, saçmalayanlar, kendilerini yerden yere atanlar, saçma

sapan dublajlar ve hareketler yapanlar var. Bunun üzerine özellikle Türkiye’de yaygınlaşan arabesk ruhlu, bolca sahte gözyaşının döküldüğü paylaşımlar var. (Kılınç, 2018)

Günümüzde hızla yayılan şöhret olma ve itibar kazanma isteği zaman zaman kötü sonuçlar da doğurmaktadır. Sosyal medya platformlarında bir video ya da fotoğraf paylaşabilmek uğruna bireyler hayatlarını kaybetmektedirler.



Şekil 8: Kötü Sonuçlanan TikTok Videoları
Kaynak: TikTok

Şekil 8’de yer alan ilk görselde bir adam 2 yaşındaki kızını akrobasi yapmak amacıyla fazla yukarı kaldırmış ve kız aniden sert bir şekilde yere düşmüştür. Küçük kız hastaneye kaldırılmış ve omurgalarının kırıldığı anlaşılmıştır. Şekil 8’de yer alan diğer görselde ise, 17 yaşında bir genç yapacağı gösterinin videosunu arkadaşlarına çekirmek için bir binanın üst katına çıkmıştır. Ayağı takılan genç 6. kattan aşağıya düşerek hayatını kaybetmiştir. Arkadaşları ise onun ölüm videosunu çekmiştir (Haberler.com, 2018). Günümüzde sosyal medya ile geçmiş dönemlerle kıyaslandığında şöhret olmak kolaylaşmıştır. Ancak bu şöhretin devamlılığını sağlamak zordur. Bu süreç de fenomenleri yeni arayışlara itmekte ve sürekli tedirgin etmektedir. Ünlü İngiliz şair ve oyun yazarı William Shakespeare’in de belirtmiş olduğu gibi: ”Şöhret denen şey sudaki halkalara benzer; hiç durmadan genişler, genişler ta ki belirsizleşip yok olana kadar.” (Alpar, 2014: 117) Ülkemizde TikTok uygulamasının fenomenlerinden biri olan ve 1.5 milyonun üzerinde takipçisi olan Ezgi Gizem Akdoğan, ünlü isimlerle (Mustafa Sandal, Ebru Polat, Ferman Toprak, vb.) dans etmekte ve bunları videoya çekerek sayfasında yayınlamaktadır. Akdoğan bu konuda şunları söylemektedir: “TikTok starı olmak zor. Sürekli farklı videolar çekmeye, yeni akımlar yaratmaya çalışıyorum. Kimi zaman bir hareketiniz akım olabiliyor... İnsanlar beni sevdi. Katıldığım organizasyonlarda çevremi saran takipçilerimle videolar çekmeye bayılıyorum.” (Antalya Körfez Gazetesi, 2018)

TikTok uygulamasının bir diğer olumsuz etkisi ise çocuklar üzerinde görülmektedir. Henüz zihinsel olarak gelişimin tamamlanmamış olan çok sayıda çocuğun da her ne kadar yaş sınırlaması olsa da bu uygulamayı kullandıkları bilinmektedir. TikTok'ta hesap açan bir adam pek çok çocuktan uygunsuz fotoğraf istemiştir. Çocuklardan birinin durumu anne ve babasına anlatması üzerine polise haber verilmiş, evinde pornografik yayınlarla yakalanmıştır. Çocukların zarar görmemesi ve çocukların internet güvenliği için ebeveynlerin bu konuda bilinçli ve çok dikkatli olmaları gerekmektedir (Haberler.com, 2018). TikTok eğitimden sağlığa, sağlıktan spora ve askeri alana kadar kurum ve kuruluşlarda çalışan personel tarafından da kullanılmaktadır. Bu kurumlarda çalışanlar çeşitli kılıklara girerek, bir taraftan görev ve makamlarını küçük düşürmekte, bir taraftan da kimliklerini ve konumlarını ifşa ederek kendilerini ve toplumu tehlikeye atmaktadırlar.

TikTok videoları bazı kesimler için utanç verici olsa da, diğer taraf için beğenilme, tanınma gibi sosyal ihtiyaçları yansıtmakta ve bu tarafta yer alanların eğlence anlayışını gözler önüne sermektedir. TikTok'u ve içeriklerini beğenmeyen, ancak kendilerini videoları izlemekten alamayan bir kesim de mevcuttur. Sosyal medyada içerik üreticisi olan Yorekok'un son videosuna bir takipçisi tarafından yapılan yorumda, *"TikTok'tan nefret etmeme rağmen uygulamayı indirdim ve video çekmeye başladım. Üstelik bunu yaptığının farkında bile değildim."* yazılmıştır (Webrazzi, 2018).

SONUÇ

Bir ihtiyaç olarak ortaya çıkan ve aynı zamanda kendisine ihtiyaç yaratan teknoloji hayatımızın her alanında pek çok değişikliğe neden olmaktadır. Gelişen teknoloji ile bireylerin düşünce yapıları, tercihleri, ihtiyaçları ve algıları değişmekte ve adeta kendilerini yeniden keşfetmektedirler. İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte bir taraftan iletişim mecraları artarken, diğer taraftan da bu gelişmelere paralel olarak toplumların yaşayış biçimleri değişiklik göstermektedir. Bireyler şöhreti her kapıyı açan sihirli bir anahtar olarak görmektedirler. Aslında şöhretin getirdiği lüks ve parıltılı yaşamları, fotoğraf çekirtmek ya da imza almak isteyen binlerce/milyonlarca hayran kitlesinin egolarını tatmin etmesini arzulanmaktadır. Şöhreti yakalayabilme uğruna da ellerinden gelen çabayı göstermektedirler.

Her geçen gün kullanıcı sayısı artan ve yeni etkileşim biçimleri sunan ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin bir sonucu olan sosyal medya ise bu noktada hızlandırıcı ve kapsamı genişletici bir katalizör olarak görev yapmaktadır. Medya üreticileri, geliştirdikleri uygulamalarla sosyal medya kullanıcılarını şöhret kültürüne ve hayran kitlesi oluşturmaya teşvik etmekte ve özendirilmektedirler. Bu

bağlamda sosyal medya şöhreti geleneksel medyaya göre oldukça demokratik bir ortam sunmakta ve bireylere kendilerini görünür kılması için fırsatlar sunmaktadır. Kullanıcılar, sosyal medya üzerinden seçici olarak kendini göstermeye, çekici görünmeye çabalamaktadırlar (Johnson & Ranzini, 2018: 156).

Sosyal paylaşım mecralarından biri olarak 2018 yılında adını duyurmaya başlayan ve aynı yılın son aylarında da bir virüs gibi yayılarak geniş kitleleri etkisi altına alan TikTok uygulaması, YouTube ve Instagram'ın tersine her yaştan ve günlük hayatın içerisinde yer alan sıradan bireyler için umut olmaktadır. Sosyal ağların insan yaşamına girmesiyle birlikte sıradan ve orta-alt sınıfa yakın olan bireylerin, özel ve belirli yeteneklerini sunarak şöhret olmaları sağlanmıştır (Akyıldız & Yılmaz, 2017: 30).

Bireyler her ne kadar TikTok uygulamasını eğlence amacıyla kullandıklarını ifade etseler de akıllarının bir köşesinde de şöhreti yakalayabilme ihtimalini bulundurmaktadırlar. İlk başta 15 saniyelik kısa videolar çekerek eğlence amacıyla bu uygulama kullanılmaya başlanılsa bile, takipçi ve beğenilme sayısı arttıkça bireylerin bu uygulama için ayırdıkları / harcadıkları vakit de artmaktadır. Bireyin kendisini ortaya koyduğu ve “ben” ile ilerleyen bu platformda narsisim ve hedonizmin etkisiyle takipçi sayısını arttırabilmek ve daha fazla beğeni alabilmek önem kazanmaktadır. Bu amaçla bireyler çektikleri videolarda yaratıcılıklarını daha fazla kullanmak ve diğerleri arasında sıyrılarak ön plana çıkabilmek için çaba harcamaktadırlar. Ancak bu videoların çoğunda yaratıcılık uğruna bireyler kendilerini olduğundan çok daha farklı göstermekte, eğlence adı altında çeşitli kılıklara girmek gibi her yolu mübah görmektedirler. Videoları çeken gençlerin ünlü olmayı hayal ettikleri ya da henüz olgunlaşmamış oldukları düşünülebilir. Ancak orta yaş geçmiş bireylerin bu mecrada kendilerini bu şekilde (Örn; yaşlı bir adamın makyaj yapması ya da yaşlı bir kadının yerlere yatıp yuvarlanması) göstermeleri düşündürücüdür.

Farklı demografik özelliklere sahip olan bireyler bu videolarının viral olacakları günü beklemekte, kolay ve kısa yoldan zengin olmanın hayallerini kurmaktadır. TikTok ile ün kazanan bireyler çeşitli firmaların dikkatini çekmekte ve bu kişilerle reklam anlaşmaları yapılmaktadır. Takipçi ve beğeni sayısı ne kadar fazla ise kazanç da o kadar fazla olacaktır. Öyle ki geleneksel medyada da görünür hale gelmek (reklam, dizi, magazin, vb.) fırsatını elde edebilmek mümkündür. Böylece birey, sosyal medyada yakaladığı şöhretin yanında geleneksel medyada da adını duyurarak pastadan aldığı payı arttırabilmektedir. İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle ortaya çıkan sosyal ağlar bireylerin günlük yaşamlarının neredeyse her anını takipçileriyle paylaştıkları birer mecra olmuşlardır. Teknoloji bireylerin yaşam biçimlerini değiştirdiği gibi sahip olduğu bazı değerleri de köreltmekte

ve tahrip etmektedir. Bireyler şöhret olabilmek uğruna kendilerini, evlerini, vb. sergiledikleri, kişiliklerini yeniden üreterek aktardıkları bu videolarda kendi öz saygılarını yitirmekte ve zaman zaman da mahremiyet algısının dönüşümüne neden olmaktadır. Günümüzde bireyler belki de kendilerine hayran olunmasını istedikleri kadar, kendilerine saygı duyulmasını beklememektedirler. Şöhretin getirdiği sahte ışıltılar bireylere daha cazip gelmekte, saygı duyulmaktansa, lüks yaşamlarıyla diğerleri tarafından gıpta ile izlenmek / kıskanılmak istemektedirler.

Üstelik şöhret olabilme uğruna bireyler zaman zaman yaşamlarını hiçe sayarak ölüm ya da yaralanmayla sonuçlanabilecek tehlikeli eylemleri içeren ve ciddi anlamda zarar veren video çekimleri de yapmaktadırlar. İnsanların görünür olabilmek için bu kadar çabalaması da ayrıca dikkat çekmektedir. Bu durum bireylerin bir şeylerden kaçma ya da bir şeyleri arama telaşında olduğunu ve bunu yapabilmek için de teknolojiyi araç olarak kullandıklarını düşündürmektedir. McLuhan “*kıyıya vurmadıkları sürece balıklar suyun farkında değildirler*” diyerek bireylerin teknolojinin gücünü ancak zararlı sonuçlarını görmeye başladıklarında anlayacaklarını ifade etmektedir. Düşünülenin aksine birey teknolojiyi yönetmemekte, teknoloji bireyleri hatta toplumları yönetmektedir. Teknoloji ve sosyal medya bizi değiştirmektedir, inançlarımız ve değerlerimiz, insanlarla kurduğumuz ilişki, bilgiyi elde ediş şeklimizi değiştirmektedir (Alanka & Cezir, 2016: 559). Teknolojik gelişmeler bireyin hoşuna gitmektedir ve bu da her hoş giden şey gibi bağımlılık yapmakta, kişi istese de bundan uzaklaşmamaktadır. Bu noktadan hareketle teknolojinin toplumları belirlediğini, bireylerin düşüncelerini / yaşam biçimlerini yönlendirdiğini ve biçimlendirdiğini söylemek mümkündür.

Sosyal medyada her ne kadar TikTok uygulamasının ahlaki değerleri yozlaştırması, insan aklıyla alay etmesi, toplumsal tahribata neden olması gibi sebeplerle yasaklaması gerektiğini savunanlar olsa da yasaklamak hiçbir zaman için çözüm değildir. Kullanıcıları ise TikTok uygulamasına her ne kadar olumlu yaklaşırsa da, bireylerin bilinçli hareket etmeleri, vakitlerini kendilerine ve topluma yararlı sonuçlar doğurabilecek uğraşlara ayırması daha doğru bir davranış olacaktır.

KAYNAKÇA

Acar, Z., (2018), “Çin”den Yayılan Mobil Hastalık”, <https://www.sabah.com.tr/cumartesi/2018/10/27/cinden-yayilan-mobil-hastalik> (Erişim Tarihi: 15.12.2018)

Akyazı, E.(2015), “Siyasal Kutuplaşma Ortamı Olarak Sosyal Medya: 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Üzerine Bir Araştırma”, *Ağdaki Şüpheli Bir Medya Eleştirisi*, Beta Yayınları, İstanbul, s.157-169.

Akyazı, E. & Akyazı, A. (2013). Yeni Bir Demokrasi Platformu Olarak Sosyal Medya: TBMM 24. Dönem Milletvekillerinin “Twitter” Ortamındaki Mevcudiyetleri ve “Suriye krizi” Üzerinden Mesaj İçeriklerinin Analizi, A.Algül, N. Üçer (Ed.), *Yeni Medyada Demokrasi: Sosyal Medyaya Dair Araştırmalar*, Literatürk Yayınları, İstanbul, 205-223.

Akyıldız, A. & Yılmaz, Y. (2017), “Sanal Etkileşimde Soyut Üretimin Bir Değeri Olarak Yeni Nesil Şöhretler “, *PARADOKS Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 2, ss: 15-40.

Alanka, Ö. & Cezir, A. (2016), Dijital Kibir: Sosyal Medyadaki Narsistik Ritüellere İlişkin Bir İnceleme, *TRTakademi*, Cilt:1, Sayı: 2, ss: 548-569.

Alpar, A., (2014), *Kamera Oyunculuğu*, Avrupa Yakası Yayıncılık, İstanbul.

Arık, E. (2013). “Sıradan İnsanın Yükselişi: Sosyal Medya Şöhretleri”, İletişim ve Diplomasi, S.10 (5), ss.97-112.

Avcı, A.(2017), “Her Zaman Çevrimiçi Olmak”, (2017), *Epokhe Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), ss: 1-24.

Avcı, Ö.(2015). “Dijital Yaşamın Dijital Özne(1)leri: Herkes ya da Hiç Kimse”, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, s.248-266.

Aydın Ş., O., (2008), Şöhret Kültürü: Toplumsal Değişim ve Medyanın Rolü, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, İstanbul.

Bilge, N. (2015), “‘I Kiss You’ Diyerek Dünyada Bir Fenomen Haline Gelen İnternet Mahir’in Şaşırtıcı Öyküsü.”, <https://onedio.com/haber/-i-kiss-you-diyerek-dunyada-bir-fenomen-haline-gelen-internet-mahir-464391> (Erişim Tarihi:12.12.2018)

Burnett, R. (2007), *İmgeler Nasıl Düşünür*, (Çev: Pular, G.), Metis Yayınları, İstanbul.

Castells, M. (2005), “Enformasyonculuk ve Network Toplumu”, *Hacker Etiği: İş Hayatına Yıkıcı Bir Yaklaşım*, Ed:Pekka Himanen, (Çev. Şebnem Kaptan), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, ss: 123-133.

Çakmakkaya, D. & Özçapkın, C. (2017), <http://www.psychologies.com.tr/gencler-neden-unlu-olmak-istiyor/> (Erişim Tarihi:09.01.2019)

Çavuş, S., Ayhan, B., Tuncer, M., (2016), Bilgisayar Oyunları ve Bağımlılık: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, S.43, ss:265- 289.

Çaycı, B. & Aktaş, C. (2018), Medya Çağında Weberyen Karizma ve Şöhretin Analojisi, *TRTakademi*, Cilt:3, Sayı:6, ss:654-677.

Gardner, H. & Davis, K. (2013). *App kuşağı dijital dünyada kimlik, mahremiyet ve hayal gücü*. (Ü.Şensoy, Çev.), Optimist Yayınları, İstanbul.

Goldsmith, Jason N. (2009), “Celebrity and the Spectacle of Nation” *Romanticism and Celebrity Culture*, pp: 21-40.

Holderman, L. (2007), “Ozzy Worked for Those Bleeping Doors with the Crosses on Them’: The Osbournes as Social Class Narrative.”, (Ed: Redmond S.& Holmes S.), *Stardom and Celebrity: A Reader*, SAGE Publications Ltd, pp. 287- 296.

Johnson, B. K. & Ranzini, G. (2018), Click here to look clever: Self-presentation via selective sharing of music and film on social media, *Computers in Human Behavior*; 82, ss:148–158.

Kılınç, Ş. (2018), “İnsanlar Neden İnternetin yeni Kanseri Tik-Tok”u Bu Kadar Çok Kullanıyor?”, <https://www.webtekno.com/insanlar-neden-internetin-yeni-kanseri-tik-tok-u-bu-kadar-cok-kullaniyor-h55129.html> (Erişim Tarihi: 09.01.2019)

Konakay G.& Çelik, F. (2018), “Kişilik Kuramları ve Psikolojik Sözleşme Etkileşiminin İşletmelere Yansıması”, *International Journal of Human Sciences*, Cilt:15, Sayı:2, ss:697-706.

Köksal, Y. & Özdemir, Ş. (2013), Bir İletişim Aracı Olarak Sosyal Medyanın Tutundurma Karması İçerisindeki Yeri Üzerine Bir İnceleme, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 323-337.

Laughy, D. (2010), *Medya Çalışmaları - Teoriler ve Yaklaşımlar*, (Çev. Toprak, A.), İstanbul, Kalkedon Yayınları.

Marshall, P. D. (1997), *Celebrity and Power*, London, University of Minnesota Press.

McLuhan, M. & Fiore Q. (2005), *Yaradığımız Medya Medyanın Etkileri Üzerine Bir Keşif Yolculuğu* (Çev. Ü. Oskay), Turkuvaz Kitap, İstanbul.

Rojek, C. (2003), Şöhret, (Çev. Semra Kunt Akbaş, K.S. & Kızıltuğ, K.) Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Sevim, A.B. (2012), Kulağın Göze Teslim Olduğu Çağda Yıldız Ana Haber Sunucusunun Beden İmgesi: Mehmet Ali Birand Örneği, *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E Dergisi*, ss:1-28.

Şimşek, F. (2012), “Bir varmış bir yokmuş...”, *Nevşehir Üniversitesi Aktüel*, Sayı:3, <https://dosyalar.nevsehir.edu.tr/ca9648c38baa5d7b49b774feccf61d3a/sayi-3.pdf> (Erişim Tarihi: 10.12.2018)

Tomar, V. (2018), <https://www.quora.com/Why-is-Tik-Tok-app-so-popular> (Erişim Tarihi: 20.12.2018)

Üyken, T. (2017), “*Ah bir şöret olsam!*”, <http://www.esquire.com.tr/ilginc/info/2017/12/21/ah-bir-sohret-olsam> (Erişim Tarihi: 15.12.2018)

Yalçın, N. (2017), Enformasyon Toplumu Bağlamında Teknolojik Distopya Üzerine Bir Çalışma: Mr. Robot Örneği, *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 1(1), 93-101.

Yılmaz, G.M. (2018), “Çin’den Dünyaya Yayılan TikTok Çılgınlığının Açıklaması”, <https://www.kolektifhouse.co/komag/cinden-dunyaya-yayilan-tiktok-cilginliginin-aciklamasi/> (Erişim Tarihi: 02.12.2018)

Antalya Körfez Gazetesi, (2018), “*Tiktok starı Ezgi akım yaratıyor*”, <https://antalyakorfez.com/haber/24249-tiktok-stari-ezgi-akim-yaratiyor>

Haberler.Com, (2018) “*Tiktok Videosu Onun Hayatını Mahvetti. Dikkatli Olun. Sonu Kötü Biten Tiktok Videolar*”, <https://www.haberler.com/tiktok-videosu-onun-hayatini-mahvetti-dikkatli-11556010-haberi/>, (Erişim Tarihi: 03.01.2019)

HalkTV, (2019), “*Sosyal medya fenomeni aylık kazancını açıkladı*”, <http://halktv.com.tr/sosyal-medya-fenomeni-aylik-kazancini-acikladi-354386> (Erişim Tarihi: 12.01.2019)

Internet World Stats, (2018), <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Erişim Tarihi: 05.12.2018)

Milliyet Gazetesi, (2018,a), “*ABD ve Çin: TikTok, dünyayı işgal ediyor*”, <http://www.milliyet.com.tr/abd-ve-cin-tiktok-dunyayi-iskal-sosyalmedya-haber-2777220/> (Erişim Tarihi: 10.12.2018)

Milliyet Gazetesi, (2018,b) “*Tik Tok, dünyanın en büyük ‘startup’ı olabilir*”, <http://www.milliyet.com.tr/tik-tok-dunyanin-en-buyuk-sektorel-haber-2753415/> (Erişim Tarihi: 03.10.2018)

SensorTower, 2018, <https://sensortower.com/blog/tiktok-revenue>

TDK Sözlüğü,

http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c27c1aa5497d8.72908475 (Erişim Tarihi: 01.12.2018)

Technode, (2018), “*8 Lessons from the rise of Douyin (Tik Tok)*”, <https://technode.com/2018/06/15/8-lessons-douyin/> (Erişim Tarihi: 10.12.2018)

TRTHABER, (2018), “*Sosyal medya ‘ben’ duygusunu uyandırıyor*”,

<https://www.trthaber.com/haber/yasam/sosyal-medya-ben-duygusunu-uyandiriyor-377285.html>, (Erişim Tarihi: 03.12.2018)

Webrazzi, (2018), “*TikTok: Kimin uygulaması bu?*”, <https://webrazzi.com/2018/12/12/tiktok-kimin-uygulamasi-bu/> (Erişim Tarihi: 05.01.2019)

We Are Social, (2018), <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> (Erişim Tarihi: 05.12.2018)

Yeni İş Fikirleri, (2017), “Sosyal Medya Sayesinde Zengin Olan Gençler”, <http://www.yeniisfikirleri.net/sosyal-medya-sayesinde-zengin-olan-gencler/> (Erişim Tarihi: 10.12.2018)

Yeni İş Fikirleri, (2018) “Son Günlerin En Popüler Uygulaması Tik Tok Nasıl Başarılı Oldu?”, <http://www.yeniisfikirleri.net/son-gunlerin-en-populer-uygulamasi-tik-tok-nasil-basarili-oldu/> (Erişim Tarihi: 05.01.2019)

ANNELERİN ÇOCUKLARINA YÖNELİK İHMAL VE İSTİSMAR DAVRANIŞI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA¹

Berna ÇALGI
İstanbul Üniversitesi – Cerrahpaşa
berna.calgi@istanbul.edu.tr,
0000-0001-6796-7708

Reyhan SAYDAM
İstanbul Üniversitesi- Cerrahpaşa
rsaydam@istanbul.edu.tr,
0000-0002-7464-8286

ÖZ

Çocuk ihmal ve istismarı birçok farklı disiplini ilgilendiren evrensel bir sorundur. Günümüzde çocuğa karşı şiddet, ihmal ve istismarı önlemek için oluşturulan ulusal ve uluslararası düzeydeki yasalara, yasaklara ve cezai yaptırımlara rağmen dünyanın hemen her yerinde çocuklar şiddet, ihmal ve istismar ile karşılaşmaktadır. Bu çalışmada çocuk ihmal ve istismarının anne odaklı araştırılmasında, yeni doğan bebeğin bakımında bir yetişkinin gözetimine ve ilgisine bağımlı olarak yaşaması ve bu bakım veren kişinin genelde anne olması kabulünden yola çıkılmış ve annelerin çocuklarına yönelik ihmal ve istismar davranışını incelemeyi amaçlanmıştır. İstanbul Gaziosmanpaşa bölgesinde bulunan bir kamu hastanesine başvuran ve 0-11 yaş arası çocuğu olan anneler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada çocuğa yönelik bir ihmal durumunun varlığının diğer olası ihmal durumları için gösterge olabileceği görülmüştür. Annelerin en çok ihmal davranışı uyguladıkları husus ise %60'lık oran ile çocukların günde 2 saatten fazla TV izliyor olmasıdır. Ayrıca annelerin çocuklarına en çok sırasıyla düşük düzey duygusal şiddet ve düşük düzey fiziksel şiddet uyguladığı ve annelerin şiddet deneyimi ve şiddet tanıklıkları ile duygusal ve fiziksel şiddet uygulamaları arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Çocuk İhmali, Çocuk İstismarı, Şiddet, Sosyal Hizmet*

¹ Bu çalışma, “Annelerin Çocuklarına Yönelik İhmal ve İstismar Davranışı: İstanbul Gaziosmanpaşa Taksim Eğitim ve Araştırma Hastanesi Örneği” isimli yüksek lisans tez çalışmasının gözden geçirilmiş ve düzenlenmiş halidir.

Geliş Tarihi: 20.04.2020, Kabul Tarihi: 22.06.2020, DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.2009.002/iaud_v12i3005

Araştırma Makalesi-Bu makale Turnitin programıyla kontrol edilmiştir.

Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi

A RESEARCH ON NEGLECT AND ABUSE OF MOTHERS TO THEIR CHILDREN

ABSTRACT

Child neglect and abuse is a universal problem that concerns many different disciplines. Today, despite national and international laws, prohibitions, and criminal sanctions to prevent violence, neglect, and abuse against children, children are faced with violence, neglect, and abuse almost everywhere in the world. In this study, it was aimed to investigate the neglect and abuse behavior of the mothers towards their children in the mother-centered investigation of child neglect and abuse. The study was conducted on mothers with children between 0-11 years of age and applied to a public hospital in Gaziosmanpaşa, Istanbul. In the research, it is seen that the existence of a neglect situation for the child may be an indicator of the other possible neglect situations. The most neglected behavior of mothers is that 60% of children watch TV more than 2 hours a day. In addition, we found that mothers applied low level emotional violence and low-level physical violence mostly to their children and significant relationships between mothers' experience of violence and witnessing of violence and emotional and physical violence practices.

Keywords: *Child Neglect, Child Abuse, Violence, Social Work*

GİRİŞ

Çocuk ihmal ve istismarı birçok farklı disiplini -tıp, hukuk, psikoloji, sosyal hizmet, sosyoloji vb.- ilgilendiren evrensel bir sorundur. Çocuğa yönelik ihmal istismar davranışı toplumların çözülememiş süregelen bir sorunu olarak varlığını devam ettirmektedir. İhmal-istismar, çocuğun kendini en çok güvende hissetmesi gereken kurum olan ailede gerçekleştiğinde en yıkıcı unsura dönüşebilmektedir.

Günümüzde çocuğa karşı şiddet, ihmal ve istismarı önlemek için oluşturulan ulusal ve uluslararası düzeydeki yasalara, yasaklara ve cezai yaptırımlara rağmen dünyanın hemen her yerinde çocuklar şiddet, ihmal ve istismar ile karşılaşmaktadır (Bulut, 2010:1). Bu durum çocuklarda fiziksel ve ruhsal hasarlar bırakırken pek çoğunun yaşamını yitirmelerine de neden olmaktadır. Yaşamını yitirmeyen çocuklar ise hayat boyu hem kendi hem de aile yaşam kalitelerini olumsuz etkileyecek travmalar ile yaşamak ve bunlarla sürekli baş etme çabası içinde olmak zorunda bırakılmaktadır (Bulut, 2010:1).

Bu çalışmada çocuk ihmal ve istismarının anne odaklı araştırılmasında, yeni doğan bebeğin bakımında bir yetişkinin gözetimine ve ilgisine bağımlı olarak

yaşaması ve bu bakım veren kişinin genelde anne olması kabulünden yola çıkılmıştır. Bunun yanı sıra annenin çocuğa şiddet uygulamasında annenin kendi sosyal çevresindeki değişkenlerin etkileri de anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla evde eş ile olan ilişkilerin dinamiği, ev içi işlerde kadının eşinden algıladığı yardım destek sistemleri, annenin geçmiş ve şimdiki yaşamında maruz kaldığı ve / veya şahit olduğu şiddet olayları üzerinden ihmalin-istismarın oluşmasının nedenleri açıklanmaya çalışılmıştır.

Araştırma dört ayrı bölüm olarak tasarlanmıştır. İlk olarak çocuk ihmal ve istismar kavramları, çocuk istismarı ve ihmaline ilişkin modeller teorik olarak açıklanmıştır. İkinci bölümde araştırmanın amacı, kapsamı, veri toplama aracı, kullanılan analiz yöntemi ve istatistiksel testleri içeren gereç ve yöntem bölümüne yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise araştırmaya ait temel bulgular yer almaktadır. Dördüncü bölümde ise araştırmanın tartışma ve sonuç ile sonlandırılmıştır.

ÇOCUK İHMALİ VE İSTİSMARI KAVRAMLARI

Aile, çocuğun temel eğitimini sağlayan ve gelişimine en çok etki eden birincil kurumdur. Çocuğa yöneltilen olumlu-olumsuz davranışlar ve tutumlar çocuğun kişiliğinin şekillenmesinde en önemli faktörlerdir. Bu davranışların olumsuz olanları genel anlamıyla aile tarafından çocuğun maruz bırakıldığı ihmal ve istismar davranışı olarak tanımlanmaktadır (Tüzün ve Sayar, 2006: 24-39). Sağlıksız olarak tanımlanan davranış örüntülerinin nesillere aktarılıp sağlıksız toplumun oluşmasına engel olmak ve bu döngüde değişim yaratmak önemlidir. Bunun için öncelikli olarak aile içinde ebeveyn-çocuk ilişkisine odaklanmak gerekmektedir.

Dünya Sağlık Örgütü'nün (2002) tanımına göre ihmal, çocuğa bakmakla yükümlü kimsenin, çocuğun gelişimi için gerekli ihtiyaçları karşılamaması veya bu ihtiyaçları dikkate almamasıdır. Bu ihtiyaçlar sağlık, eğitim, duygusal gelişim, beslenme, barınma ve güvenli yaşam şartlarıdır. İhmal; çocuğun beslenme, giyinme, temizlenme ve korunma gibi bedensel ihtiyaçlarının (fiziksel ihmal) yanı sıra sevilme, şefkat ve ilgi görme gibi duygusal ihtiyaçlarının (duygusal ihmal) yeterince karşılanmadığı durumlarda ortaya çıkan bir olgudur Bu odakta ihmal ikiye ayrılmaktadır: Fiziksel ihmal ve duygusal ihmaldir (Öztürk, 2011: 21).

İhmalin nedenlerini inceleyen araştırmalara göre genel kanı, ihmalin daha çok toplumsal, ekonomik ve ekolojik nedenlerin yol açtığı bilinçsizlik, eğitimsizlik ve yoksulluktan kaynaklandığı yönündedir (Kozcu,1990: 384). Çocuklarda ihmalin ise iki şekilde belirti gösterdiği kabul edilmektedir. Bunlar dolaysız belirtiler ve dolaylı belirtilerdir. Temiz olmamaktan kaynaklanan pişikler, kirli

ve uygunsuz giyecekler, temizlik eksikliği, yetersiz beslenmeye bağlı solgun ve zayıf yapı dolaysız ihmal belirtileri; büyüme geriliği, gelişim noksanlığı ve davranış bozuklukları ise dolaylı belirtiler olarak gösterilmektedir (Polat, 2001: 342).

Literatürde çocuklara yönelik istismar ise üç alt boyut altında incelenmektedir. Bunlar fiziksel istismar, duygusal istismar ve cinsel istismardır. Fiziksel istismar ise bir kaza durumu söz konusu olmaksızın çocukta yaralanma, berelenme, yanma, zehirlenme, kırık çıkık veya ölümlle sonuçlanabilecek her türlü kasıtlı erişkin davranışları olarak tanımlanmaktadır (Aydın, 2005: 133). Uzmanların ilk dikkatini çeken istismar türü genellikle fiziksel istismardır ve nesnel sonuçları açısından daha kolay belirlenmektedir. Klinik bulgular arasında çürükler, morarmalar, kırık ve çıkıklar ve baş travmaları fiziksel istismar sonucu sıkça meydana gelen hasarlardır (Ayan, 2010: 261).

İstismarın bir diğer boyutu ise duygusal istismardır. Duygusal istismar, çocuğun duygusal ihtiyaçlarını karşılayan ebeveyn ve / veya bakım verenler tarafından çocuğa sürekli olarak, tekrarlayıcı ve uygunsuz bir biçimde karşılık verme ve tepki göstermedir ve aşağılama, küçük görme, görmezden gelme veya aldırma gibi çocuğun davranışsal, bilişsel, duygusal, fiziksel gelişimine zarar veren davranışları içermektedir (Oral ve İnanıcı, 2004: 51).

Çocuklara yönelik istismarın üçüncü boyutu ise cinsel istismardır. Cinsel istismar, çocukların yasal olarak erişkin kabul edildikleri yaştan önce, yetişkinler veya kendilerinden 5 yaş büyük bireyler tarafından herhangi bir cinsel aktiviteye zorlanmaları veya maruz bırakılmaları olarak tanımlanmaktadır (Alikaşifoğlu, 2007: 183-192). Günçe ise cinsel istismara konu olan olguları üç grupta toplayarak çocuğa yönelik cinsel istismarı içerik açısından daha detaylı bir şekilde sunmaktadır. Bunlar, dokunma olmaksızın yapılan istismar, dokunmanın yer aldığı cinsel istismar ve şiddet kullanarak yapılan cinsel istismar olarak sıralanmıştır (Günçe, 1991: 125).

ÇOCUK İSTİSMARI VE İHMALİNE İLİŞKİN MODELLER

Çocuk istismarı ve ihmalinin etiyojisini anlamak üzere farklı kuramlar geliştirilmiştir. Literatürde çocuk istismarı ve ihmali açıklamaya çalışan kuramlar gelişimsel dönemlerine göre genellikle üç gruba ayrılmaktadır. 1960'lardaki ilk kuramlar psikolojik, 1970'lerdeki kuramlar sosyolojik ve 1980'lerden itibaren ortaya atılan kuramlar sosyal psikolojik ve ekolojik kuramlar olarak adlandırılmaktadır (Ammerman ve Hersen, 1990; Hutchison, 1990; Scannapieco ve Connell-Carrick, 2005; Akt.: Irmak, 2008: 20).

Psikiyatrik Model; 1960'ların başından 1970'lere uzanan zamanda çocuk istismarı ve ihmalinin bilim temelinde nedenselliğinin oluşturulmasında psikiyatrik modeller geliştirilmiştir. Psikiyatrik model, çocuğu en fazla istismar ettiği tespit edilen ebeveynlerin kişilik özelliklerinin ve eşler arası ilişkilerin incelenmesinden hareketle aile içinde çocuk istismarını ve ihmali açıklamaya yönelik geliştirilmiş bir modeldir (Ayan, 2010: 140).

Psikiyatrik modele göre her istismar uygulayan kişi hastadır ve bu hastalığın olduğuna dair klinik bir tanı -şizofren, manik depresif vb.- alması gereklidir. Bu konuyu ilk kez bilimsel bir yayımla duyuran Kempe ve arkadaşları da bu görüşü savunmuşlardır (Buchanan, 1996 ve Giovannoni, 1991; Akt.: Irmak, 2008). Ancak yapılan klinik gözlem ve incelemeler, çocuklarını istismar ettiği tespit edilen ebeveynlerin sadece %10'unun bazı ruhsal sorunları olduğunu ortaya koymuştur (Parke ve Collmer, 1975, 170; Akt.: Ayan, 2010: 140).

Psikiyatrik model, ebeveyn ilişkilerinde şiddet uygulayan anne babanın kendi ilişkilerinin de sorunlu olduğu, aile içi bağların zayıf olduğu, eşler arası sürekli kavga ve eşler arası şiddetin varlığının çocuğa yönelik istismar davranışının ortaya çıkmasındaki nedenlerden olduğunu işaret etmektedir (Polat, 2001: 367).

Sosyolojik Model; Sosyolojik teoriler, şiddetin kaynağını doğrudan çevresel ve sosyo-kültürel faktörlerde arar ve böylece psikolojik nitelikli teorilerden ayrılır. Sosyolojik modeller, çocuk istismarı ve ihmali, sosyal tutum, sosyal yapı ve kaynak dağılımı bağlamında tanımlamaktadır (Irmak, 2008: 21). Kültürlerarası çalışmalar, aile içi şiddetin, kültürel şiddet düzeyinden büyük ölçüde etkilendiğini göstermiştir (Yenibaş ve Şirin, 2007: 48).

Çocuklarına ihmal-istismar davranışında bulunan anne-babaların, yalnızlık çeken, oturdukları çevreyi beğenmeyen, duygusal yönden kendilerine destek olacak, ara sıra çocuklarına bakacak kimseleri olmayan ebeveynler oldukları gözlenmiştir (Yenibaş ve Şirin, 2007: 49). Bu tür aileler sosyal yaşamdan izole yaşamakta, çevreleriyle kısıtlı ilişki kurabilmekte, kendilerini toplumdan soyutlanmış hissetmektedir. Bu durum ebeveynlerde stres unsuru olup, çocukların ihmal-istismarına neden olabilmektedir.

Sosyal Psikolojik Model; Sosyal psikolojik modeller insan davranışlarının değerlendirilmesinde çevre ve birey arasındaki etkileşimi odak alan modellerdir. Gelles (1980), istismar konusunu açıklarken çok sayıda psikolojik ve toplumsal neden üzerinde durmakta ve çocuk istismarının nedenlerini psikopatolojik durumlar ve toplumsal durumlar olarak ikiye ayırmaktadır. Psikopatolojik

durumlar içinde (psikiyatrik modele benzer şekilde) ruh hastalıkları, stres, depresyon sayılırken; toplumsal durumlar içerisinde de toplumsallaşma deneyimleri, şiddet ve saldırganlıkla ilgili rol modelleri, toplumsal statü, değer ve normlar belirtilmektedir (Galles, 1980).

Sosyal psikolojik modeller arasında yer alan sosyal öğrenme kuramı gelişimde hem bilişsel hem de çevresel etkilerin rolü olduğunu vurgulamaktadır. Sosyal öğrenme kuramının en önemli temsilcilerinden olan Albert Bandura (1977), çocukların başkalarının davranışlarını gözlemleyerek, taklit ederek ve model alarak öğrendiklerini belirtmektedir. Fakat Bandura çocukların her davranışı birebir taklit etmediğini, sahip oldukları kişiliğe, geçmiş yaşantılarına, model aldıkları kişi ile olan ilişkilerine ve içinde bulunduğu duruma göre taklit edecekleri davranışları seçtiklerini belirtmiştir (Bandura, 1977).

Ekolojik Model; Ekolojik model, şiddetin nedenlerini incelerken çevresi içinde birey anlayışı ile yola çıkar. Bronfenbrenner (1977, 1992) toplumsal etkinin anlaşılmasına dayanan ekolojik modeliyle çocuğun toplumsal gelişimine yönelik iç içe geçmiş 4 farklı sistemden bahsetmektedir: Mikro sistem, mezo sistem, eksosistem ve makro sistem. Bronfenbrenner (1977) bu sistemleri şöyle tanımlamıştır: Mikro sistem, çocuğun çok yakın olduğu çevre öğelerini kapsar. Bunlar aile, okul, çocuğun yaşlıları, komşular vb. Mezo sistemler, mikro sistemler arasındaki etkileşimi/ilişkiyi belirtir, başka bir deyişle sistemler arası karşılıklı geçişin yapıldığı alandır. Mesela çocuğun ailedeki yaşantısı okuldaki yaşantısını etkiler. Eksosistem bakışında ise çocuğun toplumsallaşmasında dolaylı etkiye sahiptir. Yasal kurumlar, iletişim araçları, anne-babanın arkadaş çevresi de dolaylı olarak çocuğun gelişimine etki eder denilmektedir. Makro sistem, en geniş toplumsal değer ve tutumları kapsar. İdeolojiler, yasalar, kültürel alışkanlıklar, farklı etnik sosyo-kültürel gruplar, ülkeler arası farklılaşan değerler vb.

Bronfenbrenner'ın insan gelişimiyle ilgili ekolojik modelinin genişletilmiş hali olan Belsky'nin modeli bireysel (ontogenetik düzey), ailesel (mikro sistem), toplumsal (mezo sistem) ve kültürel (makro sistem) olmak üzere dört faktör içermektedir (Milner ve Crouch, 1993: 28). Belsky (1993) modelinde çocuk istismarının ekolojik esaslarını üç bağlamda açıklamıştır:

1. Ebeveynin (şiddetle ilgili kişisel geçmişi, güvensiz bağlanma stili) ve çocuğun (yaş, sağlık durumu, yıkıcı davranışları) özelliklerini içeren ve istismarın kuşaklararası geçişini ele alan gelişimsel bağlam.
2. Ebeveynliğe ve ebeveyn-çocuk arasında istismar ve ihmalle bağlantılı sürece odaklanan etkileşimsel bağlam.

3. Toplum, kültürü ve istismarın evrimsel yönünü içeren daha geniş bağlam.

Ekolojik kuram, çocuk istismarını ve ihmalini, en küçük toplumsal birim aileden en geniş toplumsal yapılara kadar tüm nedenleri ve sonuçlarıyla irdeleyen geniş kapsamlı bir modeldir.

Ekolojik kurama göre çocuğun ihmal-istismar davranışına maruz kalmasında ailelere ait özellikler dürtü kontrolünde sorun yaşama, denetim odağının dış kaynaklı olması, özgüvenin düşük olması, engellendiklerinde bu durumla başa çıkamama, kendini fiziksel olarak güvende hissedememe, çocukluk dönemlerinde ebeveynleri ile güvensiz bağlanma kurmaları, istismar geçmişi olması, anne-babanın şiddetli geçimsizliği (aile içi şiddet), aile ortamı (ebeveyn yoksunluğu, çocuk sayısının fazla olması), sosyal destek eksikliği ve sosyal izolasyon, psikopatolojik rahatsızlıklar, çocukla kurulan iletişimin yetersizliği, çocukta beklentilerin gelişimine uygun olmaması, sosyo-ekonomik düzeyin düşük olması ve komşularla kurulan ilişkinin yetersiz olması, ilgili kurumlardan yeterli destek alamama, iş ve /veya ev sahibi olamama şeklinde sıralanmaktadır (Garcia Coll ve Magnuson, 2000; Osofsky ve Thompson, 2000; Akt.: Fraser ve Jenson, 2006).

Ekolojik kurama göre çocukların ihmal-istismar davranışına maruz kalmasında çocuklarla ilgili risk faktörleri doğumda meydana gelen problemler, karakter özellikleri, engelli olma, kronik hastalığa sahip olma, travma geçmişi, sosyal çevrede anti-sosyal davranışlar sergileyen insanlarla birlikte zaman geçirme ve davranış problemleri olarak sıralanmaktadır (Garcia Coll ve Magnuson, 2000; Osofsky ve Thompson, 2000; Akt.: Fraser ve Jenson, 2006).

GEREÇ VE YÖNTEM

Araştırmanın amacı

Araştırmanın amacı, annelerin çocuklarına yönelik şiddetin yaygınlığı, şiddet türleri, yöntemleri ve şiddet uygulamalarına neden olan bireysel, ailesel ve çevresel faktörlerin anlaşılmasıdır.

Araştırmanın genel amacının çerçevesinde şu sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır.

1. Anneler tarafından çocuklarına en çok hangi ihmal çeşidi uygulanmaktadır? Bu ihmal yöntemlerinin birlikte görülme olasılıkları nedir?
2. Anneler tarafından çocuklarına en çok uygulanan istismar türü hangisidir ve nedenleri nelerdir?
3. Anneleri kızdıran durum ve olaylara, annelerin tepki verme şekli ve ebeveynlerin çocuğa yönelik şiddete ilişkin yarar ve zarar algıları nelerdir?

4. Ailedeki çocuk sayısı, annenin eğitim durumu ve ekonomik durum ile annelerin çocuklarına yönelik ihmal ve duygusal / fiziksel istismar uygulamaları arasında ilişki var mıdır?

5. Araştırma grubunu oluşturan annelerin geçmiş ve şimdiki yaşam duygusal / fiziksel istismar deneyimlerinin varlığı ve şiddete tanık olmaları ile kendi çocuklarına yönelik ihmal ve duygusal / fiziksel istismar uygulamaları arasında ilişki var mıdır?

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, 2016 yılının Ocak, Şubat ve Mart aylarında İstanbul Gaziosmanpaşa bölgesinde bulunan bir kamu hastanesi kadın doğum birimine başvurmuş ve 0-11 yaş arası çocuğa sahip olan annelerdir. Araştırmada örneklem seçimine gidilmemiş araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden 100 katılımcı anne ile veri toplama belirlenen süreler içinde gerçekleştirilmiştir. Anket çalışmasında 0-11 yaş arasında birden fazla çocuğu olan annelerin sadece bir çocuğu odak çocuk olarak belirlemesi ve soruların o çocuğa referansla cevaplaması istenmiştir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmanın anket formunun oluşturulmasında 2013 yılında Bernard van Leer Vakfı, Boğaziçi Üniversitesi, Hümanist Büro ve Frekans Araştırma tarafından yapılan “Türkiye’de 0-8 yaş arası çocuğa yönelik aile içi şiddet araştırması” başlıklı çalışmada kullanılan anket soruları temel alınmıştır. Burada araştırmanın amacına uygun olan annelerin çocuklarına yönelik uyguladığı şiddetin sıklığı, yaygınlığı, şiddet türleri, yöntemleri ve şiddet uygulamalarına neden olan bireysel, ailesel ve çevresel faktörlerin araştırıldığı sorular belirlenmiş ve buna uygun olarak yapılan ekleme ve çıkarmalar ile anket formu oluşturulmuştur.

Verilerin Çözümü ve Yorumlanması

Verilerin analizi için SPSS 20 (Statistical Package for the Social Sciences) programı kullanılmıştır. Araştırmada sayı, yüzde, ortalama ve standart sapmayı içeren tanımlayıcı istatistikler ve kategorik değişkenler arasındaki ilişkileri değerlendirmek amacıyla Ki-Kare testi kullanılmıştır. İstatistiksel anlamlılık düzeyi 0,05 olarak alınmıştır.

BULGULAR

Bulgular bölümünde ilk olarak araştırmaya katılan annelerin demografik özelliklerinin dağılımı verilmiştir. Daha sonra aile içi ihmal ve istismar davranışının varlığında, hangi ihmal-istismar davranışlarının daha sık kullanıldığına, anneleri bu davranışları uygulamaya iten nedenleri anlamaya yönelik anneleri kızdıran

durum ve olaylara, annelerin tepki verme şekline ve ebeveynlerin çocuğa yönelik şiddete ilişkin yarar ve zarar algılarına bakılmıştır. Çocukların ihmal-istismar davranışına maruz kalmasında etkili olabilecek ilişkilere bakmak üzere sosyo-demografik özellikler incelenmiştir. Devamında hanedeki çocuk sayısına, annelerin eğitim durumuna ve ailenin ekonomik durumuna bakılmıştır. Yine annelerin geçmiş şiddet deneyimlerinin ve güncel şiddet deneyimlerinin, kendi çocuklarına yönelik ihmal, istismar davranışında etkisi incelenmiştir.

Tablo 1: Annelerin Demografik Özellikleri

<i>Annelerin Yaş Dağılımı</i>		
<i>Yaş Aralığı</i>	n	%
21-30	60	60,0
31-40	32	32,0
41-50	8	8,0
Toplam	100	100,0
<i>Annelerin Eğitim Durumu</i>		
<i>Eğitim Düzeyi</i>	n	%
Hiç Okula Gitmemiş	10	10,0
5 Yıl Gitmiş	46	46,0
8 Yıl Gitmiş	19	19,0
11 Yıl Gitmiş	15	15,0
15 Yıl Gitmiş	10	10,0
Toplam	100	100,0

Araştırmaya katılan annelerin yaş ortalaması $30,37 \pm 6,471$ (en az: 21, en çok: 50, ortanca: 29) bulundu. Araştırmada annelerin yaşları 3 gruba ayrılacak şekilde yeniden tanımlanmıştır. Buna göre, çalışmaya katılan annelerin yaşları; %60'ı 21-30 yaş aralığında, %32'si 31-40 yaş aralığında ve %8'i 41-50 yaş aralığında yer almaktadır.

İhmal ve istismar davranışının varlığında, hangi ihmal-istismar davranışlarının daha sık kullanıldığı

Araştırmada ilk olarak ailedeki ihmal durumunu anlamak için anket çalışmasında toplam 7 soru sorulmuştur. Her ihmal maddesinin değeri 1 puan olup ihmal koşullarına ‘evet’ cevabı verilen maddeler toplanarak endeks puanları (0-7 ortalaması) hesaplanmıştır

Tablo 2: Çocuğa Yönelik İhmal Durumları (%)

İhmal Maddeleri	Toplam	1	2	3	4	5	6	7
Doğum sonrası ilk yıl sağlık kontrolüne düzensiz götürme, hastalandıkça götürme ya da hiç götürmeme	%5	1						
Oyun parkında, sokakta, spor sahasında, okul saatleri dışında okul bahçesinde yetişkin olmadan zaman geçirmek	%42	40,0 (n:2)	1					
Günde 2 saatten fazla TV izlemek	%60	80,0 (n:4)	57,1 (n:24)	1				
Çocuğun arkadaşlarının çoğunu ya da hiçbirini tanımamak	%12	0,0 (n:0)	16,7 (n:7)	13,3 (n:8)	1			
Son bir yıl içinde ciddi yaralanma geçirmek	%3	20,0 (n:1)	2,4 (n:1)	3,3 (n:2)	0,0 (n:0)	1		
Son bir hafta içinde 1 saatten fazla en az 1 kez 12 yaş altı başka bir çocukla tek başına evde kalmak	%14	60,0 (n:3)	11,9 (n:5)	15,0 (n:9)	8,3 (n:1)	33,3 (n:1)	1	

Son bir hafta içinde 1 saatten fazla en az 1 kez tek başına evde kalmak	%13	40,0 (n:2)	19,0 (n:8)	11,7 (n:7)	8,3 (n:1)	33,3 (n:1)	71,4 (n:10)	1
İhmal Endeksi Ortalaması	1,49±1,1							

Buna göre, ihmal endeks ortalaması 1,49 (ss: 1,1) bulunmuştur ve bu ortalama altında kalanlar eşik altı (ihmal yok); ortalama ve üstünde bulunanlar ise eşik üstü (ihmal var) olarak değerlendirilmiştir. Annelerin en çok ihmal davranışı uyguladıkları husus %60'lık oran ile çocukların günde 2 saatten fazla TV izliyor olması, bundan sonra en yaygın ihmal davranışı ise çocuğun yanında bir yetişkin olmadan ev dışında geçirdiği zaman konusunda %42'lik oranla görülmüştür. Annelerin en az ihmal davranışında buldukları ihmal maddesi ise %3'lük oran ile çocuğun son bir yıl içinde ciddi yaralanma geçirmesi başlığında görülmüştür.

Ayrıca herhangi bir konuda çocuğa yönelik ihmalin varlığı ile diğer ihmal risklerine ilişkin durumların birlikteliğine bakılmıştır. Çocuğun sağlık kontrolüne düzenli götürülmemesi ile son 1 yıl içinde çocuğun ciddi yaralanma geçirmesi [$X^2(1, N=100) = 5,22; p:,022$] ve çocuğun son 1 hafta içinde 12 yaş altı bir çocukla evde bırakılması [$X^2(1, N=100) = 9,25; p:,002$] arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Yine çocuğun son 1 hafta içinde 12 yaş altı bir çocukla evde bırakılması ile çocuğun son 1 hafta için evde bir saatten fazla yalnız kalması [$X^2(1, N=100) = 49,13; p:,000$] arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Sağlık kontrolüne götürmeme ile 2 saatten fazla TV izleme ihmallerinin birlikte görülme oranı %80 bulunmuştur. Tek başına evde kalma ile 12 yaş altı bir çocukla birlikte evde kalma ihmallerinin birlikteliği ise %71,4 oranı ile görülmüştür.

Anneleri kızdıran durum ve olaylara, annelerin tepki verme şekline ve ebeveynlerin çocuğa yönelik şiddete ilişkin yarar ve zarar algıları

Araştırmada ikinci olarak anneleri istismar davranışı uygulamaya iten nedenleri anlamaya yönelik; anneleri kızdıran durum ve olaylara, annelerin bunlara tepki verme şekline ve ebeveynlerin çocuğa yönelik şiddete ilişkin yarar ve zarar algılarına bakılmıştır.

Tablo 3: Çocukların Kızdıran Davranışlarına Verilen Tepkilerin Türleri ve Oranları (%)

Verilen Tepkiler	Toplam	0-2 Yaş	2-5 Yaş	5-8 Yaş	8-11 Yaş	Kız	Erkek
<i>GELİŞİME KATKISI OLAN DAVRANIŞLAR</i>							
Davranışın nedenlerini sormak, düşünmesine ve kendi görüşünü ifade etmesine fırsat vermek	87,0	53,8	88,5	100,0	85,7	92,5	80,9
Yapabileceği alternatifleri anlatarak seçim şansı vermek	86,0	53,8	88,5	90,9	92,9	88,7	83,0
Ebeveynin durum karşısında kendi duygusunu söylemesi	85,0	61,5	100,0	87,9	78,6	86,8	83,0
<i>OLUMSUZ ETKİLEYEN DAVRANIŞLAR</i>							
Nasihat etmek	92,0	61,5	96,2	97,0	96,4	94,3	89,4
Yanlış davranışı ödüllendirmek	8,0	0,0	3,8	12,1	10,7	11,3	4,3
Yanlış davranışa göz yummak	17,0	15,4	23,1	15,2	14,3	20,8	12,8
<i>DUYGUSAL ŞİDDET (D1)</i>							
Sevdiği bir şeyi yapmasını ya da arkadaşını görmesini yasaklamak	41,0	15,4	30,8	51,5	50,0	37,7	44,7

Küsmek (aç bırakmak, onu dinlememek vb.). Cezalandırmak için ihtiyacını karşılamamak, odaya kapatmak, kilitlemek	16,0	23,1	11,5	18,2	14,3	7,5	25,5
Bağırarak, azarlamak	71,0	61,5	73,1	78,8	64,3	71,7	70,2
Eşyalarına zarar vermek ya da zarar vermekle tehdit etmek	15,0	0,0	19,2	21,2	10,7	11,3	19,1
<i>DUYGUSAL ŞİDDET (D2)</i>							
Küfretmek, hakaret etmek	10,0	0,0	3,8	18,2	10,7	11,3	8,5
Başkalarının önünde küçük düşürmek	10,0	0,0	11,5	9,1	14,3	15,1	4,3
Terk etmekle, evden kovmakla vb. tehdit etmek	7,0	0,0	3,8	9,1	10,7	11,3	2,1
<i>FİZİKSEL ŞİDDET (F1)</i>							
Tokat atmak ya da terlik vb. fırlatmak	31,0	7,7	15,4	42,4	42,9	30,2	31,9
İtmek, sarsmak ya da saç/kulak çekmek	20,0	7,7	15,4	27,3	21,4	22,6	17,0
<i>FİZİKSEL ŞİDDET (F2)</i>							
Yumrukla ya da bir cisimle vurmak	3,0	0,0	0,0	6,1	3,6	3,8	2,1
Tekmelemek, sürüklemek ya da dövmek	1,0	0,0	0,0	3,0	0,0	1,9	0,0
Boğazını sıkmak ya da bir yerini yakmak	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Bıçak, silah gibi aletlerle tehdit etmek ya da bunları kullanmak	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Tablo 2’de annelerin kızdıkları davranışlara verdikleri tepki türlerinin sıklığının yaşa ve cinsiyete göre dağılımı alt maddeleri ile ayrıntılı olarak verilmiştir. Ebeveynlerin kızdıkları davranışları yapma sıklıkları ‘Hiç-Nadiren-Bazen-Sıklıkla’ seçenekleri ile sorulmuştur. Verilen yanıtlara göre hiç uygulamayanlar ‘şiddet uygulamıyor’, nadiren-bazen-sıklıkla uygulayanlar ‘şiddet uyguluyor’ şeklinde yeniden tanımlanmıştır. Buna göre, şiddet uygulanma oranları; D1/düşük düzey duygusal şiddet %52 (n:52), D2/yüksek düzey duygusal şiddet %17 (n:17), F1/düşük düzey fiziksel şiddet %36 (n:36) ve F2/yüksek düzey fiziksel şiddet %4 (n:4) bulunmuştur.

Anneler gelişime katkısı olan davranışları (davranışların nedenlerini sormak, kendi görüşünü ifade etmesine fırsat vermek, seçim şansı vermek vb.) ortalama %86 oranında kullandıklarını ve bu davranışları daha çok kız çocuklarına uyguladıkları görülmüştür. Çocukların gelişimini olumsuz etkileyen davranışlardan anneler %92’lik büyük bir oranla nasihat etme davranışını uyguladıklarını belirtmiştir. Düşük düzey duygusal şiddet (D1) uyguladığını belirten anneler en çok bağırarak/azarlamak (%71) davranışında bulduklarını belirtmiştir. Düşük düzey fiziksel şiddet (F1) uyguladığını belirten anneler %31 oranıyla ‘tokat atmak ya da terlik fırlatmak vb.’ davranışı en çok kullandıklarını ifade etmiştir. Yüksek düzey fiziksel şiddet (F2) davranışında anneler ‘Boğazını sıkmak ya da bir yerini yakmak’ ve ‘Bıçak, silah gibi aletlerle tehdit etmek ya da bunları kullanmak’ davranışlarını hiç uygulamadıklarını belirtmiştir.

Tablo 4: Çocuğa Uygulanan Şiddet Türüne Göre Nedenler (%)

	Çocuğu Başka Türü Söz Dinlemediği İçin	Kendisini / Öfkesini Kontrol Edemediği İçin	İşe Yaradığını Düşündüğü İçin
Düşük Düzey Duygusal Şiddet (D1)	30	18	52
Yüksek Düzey Duygusal Şiddet (D2)	8	56	36
Düşük Düzey Fiziksel Şiddet (F1)	19	51	30
Yüksek Düzey Fiziksel Şiddet (F2)	2	66	32

Annelerin çocuklarına şiddet uygulama nedenlerine verdikleri cevaplara göre, düşük düzey duygusal şiddetin uygulanma sebebi %52'lik oran ile en çok işe yaradığını düşündükleri için olarak belirtilmiştir. Bunun dışındaki diğer üç şiddet türünde ise anneler şiddet uygulama nedenlerinin kişinin kendisini / öfkesinin kontrol edemediği için uygulanabileceğini belirtmişlerdir. Bunun oranı en çok yüksek düzey fiziksel şiddette %66 olarak bulunmuştur.

Annelere, çocukların kızdıran davranışları karşısında verilen tepkilerin, gösterilen davranış kalıplarının davranış sorunlarını çözmeye ne kadar etkili olabileceği ve çocuklara ne kadar zarar verebileceği sorulmuştur. Sonuçlar aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 5: Şiddet Türüne Göre Annelerin Şiddetin İşe Yarama (1) ve Çocuğa Zarar Verme Algıları (2) (%)

	Hiç (1)	Hiç (2)	Biraz (1)	Biraz (2)	Genelde/ Çok (1)	Genelde/ Çok (2)	Fikrim Yok (1)	Fikrim Yok (2)
Düşük Düzey Duygusal Şiddet (D1)	42	33	40	28	11	32	7	7
Yüksek Düzey Duygusal Şiddet (D2)	85	6	12	22	1	69	2	3
Düşük Düzey Fiziksel Şiddet (F1)	80	10	13	15	6	72	1	3
Yüksek Düzey Fiziksel Şiddet (F2)	98	0	1	2	0	96	1	1

Düşük düzey duygusal şiddetin sorunları çözmeye işe yarayacağına ilişkin söylemlerinin oranı %40 ile 'bazen' ve %11 ile 'genelde / hep' olarak bildirilmiştir. Düşük düzey fiziksel şiddet uygulamanın çocuğun problem davranışını düzeltmeye işe yarayacağına ilişkin belirtilme oranı ise %13 ile bazen ve %6 ile 'genelde / hep' olarak bulunmuştur. Düşük düzey duygusal şiddetin hiç zarar vermeyeceği düşüncesi

%33'le en yüksek orana sahip olsa da, biraz (%28) ve çok (%32) zarar verir diyenlerin oranları da zarar vermediğini düşünenlerin oranına yakın bulunmuştur. Yüksek düzey duygusal şiddet (%69); düşük düzey fiziksel şiddet (%72) ve yüksek düzey fiziksel şiddet (%97) uygulamanın çocuklara çok zarar vereceği algısı oranları da yüksek bulunmuştur.

Sosyo-demografik özellikler ile Annelerin İhmal, Duygusal ve Fiziksel İstismarı

Araştırmada annelerin ve ailelerin demografik özellikleri ile annelerin çocuğuna uyguladığı ihmal davranışında bulunma, duygusal ve fiziksel istismar arasındaki ilişkiler de incelenmiştir. Buna göre ailedeki çocuk sayısı, annelerin eğitim durumu ve ekonomik durum değerlendirilmiştir.

Tablo 6: Demografik Özellikler İle İhmal Davranışı Arasındaki İlişki (%)

Ailedeki Çocuk Sayısı	İhmal Davranışı Var	İhmal Davranışı Yok	Ki Kare Testi
1 Çocuk	21,4	78,6	X ² =16,66; p:,011
2 Çocuk	60,5	39,5	
3-5 Çocuk	83,3	16,7	
+5 Çocuk	100	0,0	

Ailedeki çocuk sayısı ile annelerin çocuğuna ihmal davranışında bulunması arasında ki-kare testine göre anlamlı fark bulunmuştur. Annenin çocuğa yönelik ihmal davranışı oranı evde 1 çocuk olması durumunda %21,4; 2 çocuk olması durumunda %60,5; 5 çocuk olması durumunda %83,3 ve 6 çocuk olması durumunda %100 bulunmuştur. Yüksek düzey duygusal şiddet ve düşük ve yüksek düzey fiziksel şiddet uygulanma oranları da çocuk sayısı arttıkça artmıştır fakat istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmamıştır.

İkinci olarak annelerin eğitim durumu ile ihmal arasındaki ilişki incelenmiş ancak istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmamıştır [X² (4, N=100) = 8,57; p=,073]. Öte yandan p değerinin 0,05 anlamlılık düzeyine yakın olduğu görülerek, annenin eğitim duruma göre çocuğuna uyguladığı ihmal davranışına bakıldığında, ilköğretim mezunu olan annelerin %57,2'si, çocuklarına ihmal davranışında bulunarak en yüksek kategoriye oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca eğitim durumu ile duygusal ve fiziksel şiddet ilişkisi incelenmiş ancak istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmamıştır. Son olarak annelerin ifade ettiği ekonomik durum ile ihmal, duygusal ve fiziksel şiddet arasındaki ilişki ki-kare testi ile değerlendirilmiş fakat anlamlı ilişki tespit edilememiştir.

Ebeveynin Şiddet Deneyimi ve Tanıklığı ile Annelerin İhmali, Duygusal ve Fiziksel İstismarı

Araştırma kapsamında annelerin geçmiş şiddet deneyimlerinin ve güncel şiddet deneyimlerinin, psikiyatrik/psikolojik sorunları olma durumunun kendi çocuklarına yönelik şiddet davranışında etkisi incelenmiştir. Şiddet tanıklığı, çocuk yaşanan şiddete birebir tanık olmasa da veya şiddet tanıklığını anlamlandıracak yaşta olmasa da çocuğun şiddetin yaşandığı yerde, aynı ortamda bulunmasını ve ev içi şiddetin herhangi bir yönüyle çocuk tarafından yaşantılanacağı durumunu tanımlamaktadır.

Tablo 7: Ebeveynlerin Çocuklukta ve Şu Anda Yaşadıkları Şiddet Deneyimi

Şiddet Deneyimi	%
Çocuklukta duygusal şiddet tanıklık	40
Çocuklukta fiziksel şiddet tanıklık	37
Çocuklukta duygusal şiddete maruz kalma	19
Çocuklukta fiziksel şiddete maruz kalma	34
Şu an duygusal şiddete maruz kalma	12
Şu an fiziksel şiddete maruz kalma	6

Annelere, çocuklukta tanıklık ettikleri şiddet olayları ve çocuklukta şiddet deneyimleri ile şu anki şiddet deneyimleri sorulmuştur. Buna göre, annelerin çocuklukta duygusal ve fiziksel şiddete maruz kalma oranları, şu an maruz kaldıkları şiddet oranlarına göre daha yüksek bulunmuştur. Anneler en çok %40 oranla duygusal şiddete tanıklık ettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca annelerin, geçmişte yaşadıkları duygusal ve fiziksel şiddetin kendilerine zarar verdiğini düşündükleri sırasıyla %50 ve %58,3 oranıyla bulunmuştur.

Tablo 8: Ebeveynin Geçmiş Şiddet Deneyimi ve Tanıklığı ile Annelerin İhmali, Duygusal ve Fiziksel İstismarı

<i>Annelerin İhmali, Duygusal ve Fiziksel İstismarı</i>	<i>Uygulama Durumu</i>	<i>Geçmiş Duygusal Şiddet Tanıklığı</i>		<i>Geçmiş Fiziksel Şiddet Tanıklığı</i>		<i>Geçmiş Duygusal Şiddet Deneyimi</i>		<i>Geçmiş Fiziksel Şiddet Deneyimi</i>	
		<i>Var</i>	<i>Yok</i>	<i>Var</i>	<i>Yok</i>	<i>Var</i>	<i>Yok</i>	<i>Var</i>	<i>Yok</i>
İhmal Düzeyi	Uyguluyor	52,5	47,5	45,9	50,8	57,9	42,1	47,1	52,9
	Uygulamıyor	46,7	53,3	54,1	49,2	46,9	53,1	50,0	50,0
	Ki Kare p	0,568		0,640		0,389		0,780	
Düşük Düzey Duygusal Şiddet	Uyguluyor	42,5	53,8	43,2	57,1	36,8	55,6	35,3	60,6
	Uygulamıyor	57,5	41,7	56,8	42,9	63,2	44,4	64,7	39,4
	Ki Kare p	0,121		0,179		0,142		0,016***	
Yüksek Düzey Duygusal Şiddet	Uyguluyor	30,0	8,3	37,8	4,8	36,8	12,3	32,4	9,1
	Uygulamıyor	70,0	91,7	62,2	95,2	63,2	87,2	67,6	90,9
	Ki Kare p	0,005***		0,000***		0,011***		0,016***	
Düşük Düzey Fiziksel Şiddet	Uyguluyor	50,0	26,7	48,6	28,6	52,6	32,1	52,9	27,3
	Uygulamıyor	50,0	73,3	51,4	71,4	47,4	67,9	47,1	72,7
	Ki Kare p	0,017***		0,043***		0,093		0,011***	
Yüksek Düzey Fiziksel Şiddet	Uyguluyor	5,0	3,3	8,1	1,6	5,3	2,7	5,9	3,0
	Uygulamıyor	95	96,7	91,9	98,4	94,7	96,3	94,1	97,0
	Ki Kare p	0,677		0,108		0,755		0,491	

***0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Annelerin geçmiş duygusal şiddet tanıklığı [X^2 (1, N=100) = ,327; p=,568], geçmiş fiziksel şiddet tanıklığı [X^2 (1, N=100) = ,219; p=,640], geçmiş duygusal şiddet deneyimi [X^2 (1, N=100) = ,743 p=,389] ve geçmiş fiziksel şiddet deneyimi [X^2 (1, N=100) = ,078; p=,780] ile çocuklarına yönelik ihmal davranışı arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Buna göre, geçmiş duygusal-fiziksel şiddet tanıklığı ve/veya deneyimi olan annelerin çocuklarına yönelik ihmal davranışını uygulama ve uygulamama oranları birbirine yakın bulunmuştur.

Annelerin geçmiş duygusal şiddet tanıklığı [X^2 (1, N=100) = 2,41; p=,121], geçmiş fiziksel şiddet tanıklığı [X^2 (1, N=100) = 1,80; p=,179] ve geçmiş duygusal şiddet deneyimi [X^2 (1, N=100) = 2,15; p=,142] ile çocuklarına uyguladıkları düşük düzey duygusal şiddet arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Annelerin

geçmiş fiziksel şiddet deneyimi ile çocuklarına düşük düzey duygusal şiddet [$X^2(1, N=100) = 5,76; p=,016$] uygulamaları arasında ise anlamlı fark bulunmuştur. Buna göre, çocukluğunda fiziksel şiddet deneyimi olan annelerin çocuklarına düşük düzey duygusal şiddet uygulama oranı uygulamama oranına göre anlamlı derecede daha düşük olmakla birlikte geçmiş duygusal-fiziksel şiddet tanıklığı ve/veya deneyimi olmayan annelerin düşük düzey duygusal şiddet uygulama oranı uygulamama oranına göre daha yüksek bulunmuştur.

Annelerin geçmiş duygusal şiddet tanıklığı [$X^2(1, N=100) = 7,98; p=,005$], geçmiş fiziksel şiddet tanıklığı [$X^2(1, N=100) = 18,07; p=,000$], geçmiş duygusal şiddet deneyimi [$X^2(1, N=100) = 6,54; p=,011$] ve geçmiş fiziksel şiddet deneyimi [$X^2(1, N=100) = 8,60; p=,003$] ile çocuklarına uyguladıkları yüksek düzey duygusal şiddet arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Buna göre, çocukluğunda duygusal, fiziksel şiddet tanıklığı ve/veya deneyimi olan annelerin çocuklarına yüksek düzey duygusal şiddet uygulama oranı uygulamama oranına göre anlamlı derecede daha düşük olmakla birlikte hiç şiddete maruz kalmamış, tanık olmamış annelerin yüksek düzey duygusal şiddet uygulama oranı da uygulamama oranına göre anlamlı derecede daha düşük bulunmuştur.

Annelerin geçmiş duygusal şiddet tanıklığı [$X^2(1, N=100): 5,67; p=,017$], geçmiş fiziksel şiddet tanıklığı [$X^2(1, N=100) = 4,07; p=,043$] ve geçmiş fiziksel şiddet deneyimi [$X^2(1, N=100) = 6,41; p=,011$] ile çocuklarına uyguladıkları düşük düzey fiziksel şiddet arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Annelerin geçmiş duygusal şiddet deneyimi [$X^2(1, N=100) = 2,81; p=,093$] ile çocuklarına düşük düzey fiziksel şiddet uygulamaları arasında bir ilişki bulunmamıştır. Buna göre, çocukluğunda duygusal, fiziksel şiddet tanıklığı ve/veya deneyimi olmayan annelerin çocuklarına düşük düzey fiziksel şiddet uygulama oranı uygulamama oranına göre anlamlı derecede daha düşük olmakla birlikte şiddete maruz kalmış, tanık olmuş annelerin düşük düzey fiziksel şiddet uygulama-uygulamama oranları birbirine yakın bulunmuştur.

Annelerin geçmiş duygusal şiddet tanıklığı [$X^2(1, N=100) = ,174; p=,677$], geçmiş fiziksel şiddet tanıklığı [$X^2(1, N=100) = 2,58; p=,108$], geçmiş duygusal şiddet deneyimi [$X^2(1, N=100) = ,097; p=,755$] ve geçmiş fiziksel şiddet deneyimi [$X^2(1, N=100) = ,475; p=,491$] ile çocuklarına uyguladıkları yüksek düzey fiziksel şiddet arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Diğer taraftan güncel şiddet deneyimi açısından annelerin güncel duygusal şiddet deneyimi ile çocukların bu şiddete tanıklık etmesi arasında ki-kare testine göre [$X^2(3, N=100) = 4,20; p=,040$] anlamlı ilişki vardır. Son 1 yılda aile fertleri

arasında birbirini tehdit etme, hakaret etme, aşağılama gibi davranışların olduğunun belirtildiği durumlarda çocukların bu olaylara tanıklık etme oranı 75 bulunmuştur. Annelerin güncel fiziksel şiddet deneyimi ile çocukların bu şiddete tanıklık etmesi arasında ki-kare testine göre [$X^2 (3, N=100) = 4,44; p=,035$] anlamlı ilişki vardır. Son 1 yıl içinde aile fertleri arasında birbirine tokat atma, vurma, bir şey fırlatma gibi davranışların olduğunun belirtildiği durumlarda çocukların bu şiddet olaylarına tanıklık etme oranı 83,3 bulunmuştur.

TARTIŞMA

Annelerin çocuklarına yönelik ihmal ve istismar davranışını incelemeyi amaçlayan bu çalışmada, İstanbul'da bir kamu hastanesine başvuran ve 0-11 yaş arasında çocuğa sahip anneler ile çalışılmıştır. Araştırmada, son 1 yıl içinde sağlık kontrolüne götürülmemiş çocukların 80'inin günde 2 saatten fazla TV izlediği ve 60'ının 12 yaş altında bir çocukla evde yalnız kaldığı bulunmuştur.

Araştırmanın anket soruları hazırlanırken yararlanılan temel kaynaklardan olan Türkiye'de Aile İçi Şiddet Araştırması'nın (Müderrişoğlu ve ark., 2013) sonuçlarına göre ailelerde düşük düzey duygusal şiddet 73,7; yüksek düzey duygusal şiddet 4,1; düşük düzey fiziksel şiddet 22,5 ve yüksek düzey fiziksel şiddet 1,1 olarak bulunmuştur. Bu araştırmanın sonuçları ile kendi çalışmamızın sonuçları karşılaştırıldığında her iki çalışmada da en yüksek oranın sırasıyla düşük düzey duygusal şiddet (D1), düşük düzey fiziksel şiddet (F1), yüksek düzey duygusal şiddet (D2) ve yüksek düzey fiziksel şiddet (F2) uygulamak olarak dağıldığı görülmüştür. Şiddet türlerinin oransal dağılımına bakıldığında ise değerlerin çok yakın olmamakla birlikte benzer sonuçların elde edildiği bulunmuştur.

Çocukların Ev İçinde Yaşadıkları Şiddet Araştırması'na (Kırımsoy, 2012) göre, yaşantılarına genel olarak bakıldığında çocukların en az bir kez ev içi şiddet yaşantıları olduğu, en az bir kez ev içi şiddete tanıklık ettiği, en az bir kez ev içinde ihmal edilme yaşantıları olduğu, ev içi duygusal şiddet yaşantılarına bakıldığında çocukların 67,9'unun en az bir kez ev içi duygusal şiddet yaşantıları olduğu ve 37'sinin en az bir kez ev içinde fiziksel şiddet yaşantıları olduğu bulunmuştur. Bu çalışma ile birlikte değerlendirildiğinde bizim araştırmamızdaki duygusal ve fiziksel şiddet oranları ile benzer sonuç vardır. Çocukların duygusal şiddet yaşama oranları fiziksel şiddet yaşama oranlarından daha yüksek bulunmaktadır. Duygusal şiddetin daha yüksek oranlarda saptanabilmesinin nedeni; nasihat etme, ceza verme, bağırma vb. davranış kalıplarının toplumda duygusal şiddet unsuru olarak bilinmemesi ve/veya uygulanmasında bir sakınca görülmemesi nedeniyle daha rahat beyan ediliyor olması olabilir. İngiltere'de çocuk ihmal ve istismarı

sıklığını araştırmaya yönelik yapılan bir araştırma sonucuna göre de çocukların ihmal, duygusal ve fiziksel şiddet riskine maruz kaldıkları yerler en çok kendi evleri olarak bulunmuştur (Chahal ve Cawson, 2005). Buna göre evde yaşanan şiddet olaylarından çocuğun soyutlanması, bundan olumsuz etkilenmemesi neredeyse imkânsızdır denilebilir.

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddet Araştırması (2008) bulgularına göre şiddetin çocuklar üzerindeki etkisini anlamak üzere çocuklarda görülen bazı davranış bozuklukları oranının annenin şiddet yaşamış veya yaşamamış olması ile değişkenlik gösterdiği bulunmuştur. Anneleri şiddet yaşamış olan çocuklarda, anneleri şiddet yaşamamış çocuklara göre daha yüksek oranda davranış bozukluğu (sık sık kâbus görme, yatağını ıslatma, çekingen/içine kapanık olma, anneye/diğer çocuklara karşı saldırgan olma, hırçınlaşarak ağlama) görülmüştür. Bu nedenle aile içinde şiddetin varlığı, şiddet çocuğa yönelik olmasa da buna tanıklık edilmesi çocuklarda davranış bozukluklarının görülme oranını arttırmaktadır ve çocuğa yönelik istismarın başka bir boyutunu oluşturmaktadır. Alanda yapılan çalışmalara bakıldığında, ailedeki çocuk sayısı ile çocuğun ihmal-istismar davranışına maruz kalma olasılığı arasında doğrusal bir ilişki olup ailedeki çocuk sayısı arttıkça çocuğa yönelik ihmal-istismar davranışı da artmaktadır. Bu araştırmada ailedeki çocuk sayısı arttıkça ihmalin görülme oranı düzenli olarak artış göstermese de aralarında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. ‘Türkiye’de 0-8 Yaş Arası Çocuğa Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması’nda (Müderrişoğlu ve ark., 2013: 49- 50)’ ailedeki çocuk sayısı arttıkça çocuğa ilişkin beyan edilen ihmal ve istismar düzeyi artış göstermiştir. Buna göre, 1 çocuklu ailelerde ihmal endeks düzeyi 0,94 iken 5 çocuklu ailelerde bu endeks 1,73 ile en üst seviyede görülmüştür. Yine bu araştırmaya göre şiddet davranışında, düşük düzey duygusal şiddetin 1 çocuklu ailelerde görünme oranı daha düşük düzeyde iken 5 çocuklu ailelerde görülme oranının en üst seviyede olduğu bulunmuştur.

İhmal ve istismar davranışının eğitim düzeyi düşük olan ailelerde daha çok görüleceğine ilişkin araştırmalar mevcuttur ve düşük eğitim düzeyi ihmal-istismarın ortaya çıkmasında risk faktörü olarak belirtilmektedir. Türkiye’de yoksulluğun genel sebeplerine baktığımızda; işsizlik, yetersiz gelir, zorunlu göçler, parçalanmış aileler, hanede engelli bireyin bulunması, hane nüfusu kalabalık olması gibi faktörler görülmektedir ancak bunlardan en çarpıcı olanı eğitimsizliktir (Açıkgöz ve Yusufoglu, 2012: 91). Bu çalışmada istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmasa bile, düşük eğitim seviyesindeki annelerin ihmal ve istismar davranışı ihtimali daha yüksek çıkmıştır.

Irmak'ın (2008) araştırmasında ise çocukların fiziksel istismara maruz kalması ile ekonomik durumun kötü olması arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Fiziksel istismara uğrayan çocukların ailelerinin 63'ünün ekonomik durumu kötü, 57'sinin ekonomik durumu orta olarak belirtilmiştir. Hatun'un (2002) 'Yoksulluk ve Çocuklar Üzerine Etkisi' isimli makalesinde ekonomik durum ve çocuğa yönelen şiddete farklı bir bakış açısı sunulmuştur: yoksul evlerin anneleri çoğu zaman başka evlere temizliğe gider ve kendi evine 'tükenmiş' olarak döner, bu da yoksul evlerinde anne şiddetini daha yaygın kılar, denilmiştir. UNICEF ve SHÇEK'in 2010 yılı 'Türkiye'de Çocuk İstismarı ve Aile İçi Şiddet Araştırması/Özet Raporu çalışmasına göre, yetişkinin ekonomik sıkıntısı çocuk istismarında önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada bir ebeveynin: "*Çocuklarım çok küçüktüler çeşmeye giriyorlardı, çok dövüyordum onları. Bunalımım çok yansdı, evim tek odaydı eşim çalışmıyordu ben çalışıyordum bir bidon sütle evimi geçindirmeye çalışıyordum (Anne, yoksul, kır, Samsun).*" İfadesi görüldüğü gibi ekonomik kaygılar nedeniyle yorulan, yıpranan annenin yaşam kaygısını, stresini çocuğuna ihmal veya şiddet davranışı şeklinde yansıtmasını göstermektedir.

Araştırmada ebeveynlerin geçmiş şiddet deneyimleri ile çocuklarına şiddet uygulama oranları arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Buna göre, geçmiş fiziksel şiddet deneyimi olan annelerin çocuklarına yönelik düşük düzey duygusal şiddet uygulaması arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Geçmiş duygusal fiziksel şiddet tanıklıkları ve deneyimleri olan anneler çocuklarına yönelik düşük düzey duygusal şiddet davranışını (cezalandırmak, sevdiği bir şeyi yapmasını yasaklamak, bağırarak, azarlamak vb.) geçmiş duygusal-fiziksel tanıklığı ve/veya deneyimi olmayan annelere göre daha az oranlarda uygulamaktadır. Şiddeti yaşantılayan ebeveyn düşük düzey duygusal şiddetin olumsuz sonuçlarını da deneyimlediği için bu şiddet davranışını daha az uyguluyor olabilir. Bunun yanı sıra, yüksek düzey duygusal şiddet uygulaması konusunda bunun tam tersi bakış açısıyla geçmiş şiddet tanıklıkları ve/veya deneyimleri olan annelerin çocuklarına yönelik yüksek düzey duygusal şiddet davranışını daha yüksek oranlarda uyguladıkları görülmüştür. Burada ise annelerin geçmiş duygusal-fiziksel şiddet tanıklığının ve geçmiş fiziksel şiddet deneyiminin var olması durumunda çocuklarına yüksek düzey duygusal şiddet (hakaret etmek, terk etmek, başkalarının önünde küçük düşürmek vb.) davranışlarını daha yüksek oranda gösterdikleri görülmüştür. Yani, annelerin geçmiş şiddet tanıklığının ve/veya deneyiminin olması çocuğa yönelik yüksek düzey duygusal şiddete neden olan unsur olarak yorumlanabilir.

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Türkiye’de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması, 2014 sonuçlarına göre, eş veya birlikte olduğu erkeklerin fiziksel ve/veya cinsel şiddetine maruz kalmış ve kalmamış kadınların 6-14 yaşları arasındaki çocuklarında görülen bazı davranış sorunları incelendiğinde; şiddete maruz kalmış kadınların 30,6’sının çocuğunda “Anneye veya diğer çocuklara saldırgan olma” davranışı görülürken, aynı davranış için bu oran şiddete maruz kalmamış kadınların çocuklarında 17,2 bulunmuştur. Çalışmamızda şiddete tanık olmanın çocuklar üzerindeki sonuçlarına bakılmamıştır ancak bu çalışmanın sonucu, çocukların aile içi şiddete tanıklık etmesinin, şiddet davranışının nesiller boyu aktarımında tehdit olacağına yönelik bir gösterge olduğu için önemlidir.

SONUÇ

Yapılan bu araştırma kapsamında 0-11 yaş arası çocuklara yönelik anne şiddetinin yaygınlığı, yöntemleri, türleri ve özellikle ihmal-istismar davranışında bulunmasına neden olan etmenler ile ilgili bilgiler edinilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, çocuğa yönelik bir ihmal durumunun varlığının diğer olası ihmal durumları için gösterge olabileceği, çoklu ihmal durumlarının var olduğu, annelerin çocuklarına en çok sırasıyla düşük düzey duygusal şiddet ve düşük düzey fiziksel şiddet uyguladığı, düşük düzey duygusal şiddet unsurlarından en çok bağırarak/azarlamak davranışlarının yapıldığı, çocukların aile içi duygusal ve fiziksel şiddet tanıklığı oranlarının oldukça yüksek olduğu bulunmuştur. Çalışmada, annelerin çocuklarına uyguladıkları şiddetin nedenleri anlaşılmasına çalışılırken sadece anne ile ilgili nedenlere değil aynı zamanda annenin çocuğa yönelik olumsuz davranış göstermesine neden olabilecek geçmiş ve güncel şiddet deneyimi, ailedeki çocuk sayısı, ekonomik durum gibi durumlara da bakılmıştır.

Bu araştırmanın önemli sonuçlarından biri ihmal ve düşük düzey duygusal şiddetin tanımında bulunan davranış örüntülerinin ‘kaçınılması gereken, zarar verici davranışlar’ olarak toplum içinde kodlanmamasından dolayı kullanım oranlarının görece daha yüksek bulunmasıdır. Nasihat etmek seçeneğinin araştırmada neredeyse tüm katılımcılar tarafından kullanılan yöntem olarak belirtilmiş olması bunun çocuğu olumsuz etkileyebilecek bir davranış olduğunun bilinmemesinin en açık göstergesidir. Her davranış kalıbı bu kadar yaygın olmasa da ‘çocuğu terbiye etme, doğru-ahlak davranışı öğretme’ tanımlaması üzerinden hala çocuklar kanıksanmış davranış kalıplarıyla ihmal ve istismara maruz bırakılmaktadır. Çocukluğunda şiddet deneyimi ve tanıklığı olan anne-babalarda, annelerin şiddet uygulama olasılığının babaların şiddet uygulama olasılığı ile karşılaştırıldığı bir araştırma önerilmektedir. Her iki ebeveyn grubu için şiddet uygulamaya etki eden geçmiş yaşam olaylarının ve buna bağlı uygulanan şiddet düzeylerinin anne-baba rolleri odağında farklılık gösterip göstermediği çalışılabilir.

Çocuğa yönelik ihmal-istismar davranışı geçmişten günümüze süregelen, yaygın ve önemini koruyan bir sorun olması ayrıca ülkemizde; annelerin çocuklarına yönelik şiddet davranışına yönelik çalışmaların kısıtlı olması nedeniyle bu çalışmanın sosyal hizmet mesleği odağında önemli bir yeri olacağı umulmaktadır. Bu araştırma planlanırken sosyal çevrenin (kişilerin etkilediği ve etkilendiği) de etkisi gözetilerek ekosistem kuramı odağında ‘çevre içinde birey’ anlayışı ön planda tutularak araştırma yapılması sosyal hizmet mesleği odağındaki çalışmalar için özellikle önerilmektedir. Annelerin çocuklarına uyguladıkları şiddetin türlerini, yöntemlerini, yaygınlığını ve nedenlerini anlamaya yönelik bir çalışma yüksek düzey sosyo-ekonomik gruba dahil olan anneler için başka bir bölgede araştırılabilir. Çoğu şiddet araştırmasında şiddetin nedenleri arasında önemli bir faktör olarak belirtilen ekonomik yoksunluğun olmadığı ailelerde çocuğa yönelik şiddet türlerinin, yöntemlerinin, yaygınlığını ve nedenlerinin farklılık gösterip göstermediğinin çalışılması ekonomik yoksunluğun beraberinde getirdiği fırsatlara, hizmetlere erişememe dezavantajının olmadığı durumlarda şiddetin ortaya çıkma nedenlerinin anlaşılması açısından faydalı olabilir. Çocuğa yönelik istismarın başka bir boyutunu çocuğun şiddete tanıklık etmesi oluşturmaktadır. Şiddete tanıklık eden çocuk aynı zamanda duygusal açıdan istismar edilen çocuktur. Bundan sonraki çalışmalarda aile içi şiddete tanık olmanın ve/veya aile içi şiddeti yaşantılamamanın, çocukların ruh sağlığına ve davranışına olan etkisi mikro ve mezzo düzeyde yürütülecek olan bir çalışma ile birey, aile ve çevresi odağında araştırılabilir.

KAYNAKÇA

Açıkgöz, R. ve Yusufoglu, Ö.Ş. (2012). Türkiye’de Yoksulluk Olgusu ve Toplumsal Yansımaları. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*. 1(1): 91.

Alikaşifoğlu, M. (2007). *Cinsel İstismar*. Pediatrik Aciller/Sempozyum Dizisi, 57, 183-192.

ASPB (2008). *Türkiye’de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması/Özet Rapor*. T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü ve Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü.

ASPB (2014). *Türkiye’de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması/Özet Rapor*. T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü ve Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü

Ayan, S. (2010). *Aile ve Şiddet: Aile İçinde Çocuğa Yönelik Şiddet*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Aydın, B. (2005). *Çocuk ve Ergen Psikolojisi*. İstanbul: Atlas Yayın Dağıtım.

- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Belsky, J. (1993). Etiology of Child Maltreatment: A Developmental-Ecological Analysis. *American Psychological Association*. 114(3), 413-434.
- Bronfenbrenner, U. (1977). Toward an experimental ecology of human development. *American Psychologist*. 32(7), 513-531.
- Bronfenbrenner, U. (1992). *Six theories of child development*. İçinde Vasta Ross, editör. *Revised Formulations And Current Issues*. London, England: Jessica Kingsley Publishers.
- Bulut, M. (2010). *Şiddet ve Çocuk*. Ankara: Asil Yayın.
- Chahal, C.M. ve Cawson, P. (2005). *Measuring Child Maltreatment in the United Kingdom: A Study of the Prevalence of Child Abuse and Neglect*. *Child Abuse and Neglect*. 29(9), 969-984.
- DSÖ (2002). *The World Health Report: Reducing Risks, Promoting Healthy Life*. World Health Organisation: World Health Reports Erişim: 22.10.2016, http://www.who.int/whr/2002/en/whr02_en.pdf?ua=1
- Fraser, M. W. ve Jenson, J. M. (2006). *Social Policy for Children And Families: A risk and Resilience Perspective*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Gelles, R.J. (1980). Violence in Family: a Review of Research in the Seventies. *Journal of Marriage and Family*. 42, 873-885.
- Günçe, G. (1991). *Çocuğun Cinsel İstismarı. Çocukların Kötü Muameleden Korunması 1. Ulusal Kongresi*, Ankara: Gözde Repro Ofset.
- Hatun, Ş. (2002). *Çocuk Hakları Sözleşmesinin 13. Yılında Yoksulluk ve Çocuklar Üzerine Etkileri*. Türk Tabipler Birliği, Erişim: 13.10.2016, http://www.ttb.org.tr/eweb/yoksulluk_ve_cocuklar.pdf
- Kırımsoy, E. (2012). *Çocukların Ev İçinde Yaşadıkları Şiddet Araştırması*. Genç Hayat Vakfı. Erişim: 11.11.2016, <http://www.cocukhaklariizleme.org/wp-content/uploads/evicisiddet-arastirma.pdf>
- Kozcu, Ş. (1990). *Çocuk İstismarı ve İhmali*. Aile yazıları 3, *Birey, Kişilik ve Toplum*. 5(3), 379-390.
- Milner, J. S. ve Crouch, J. L. (1993). “*Physical Child Abuse*”. Family Violence. Prevention and Treatment. İçinde Robert L. Hampton, Thomas P. Gullotta, Gerald R. Adams, Earl H. Potter III, Roger P., editör. Weissberg. Newbury Park: Sage Publications, Inc.

Müderrişoğlu, S.; Dedeođlu, C.; Akço, S. ve Akbulut, B. (2013). *Türkiye’de 0-8 Yaş Arası Çocuğa Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması*. İstanbul: Bernard van Leer Vakfı, Hümanist Büro ve Frekans Araştırma.

Oral, G. ve İnanıcı, M. A. (2004). *Risk Altındaki Çocukların Saptanmasında Öğretmenin Rolü*. İstanbul: 4. Akşam Sanat Okulu Matbaası.

Öztürk, M. (2011). Çocuk Hakları Açısından Çocuk İhmali ve İstismarı, 1. Türkiye Çocuk Hakları Kongresi, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.

Polat, O. (2001). Çocuk ve Şiddet, İstanbul: Der Yayınları.

Tüzün, O. ve Sayar, K. (2006). *Bağlanma Kuramı ve Psikopatolojisi. Düşünen Adam*. 19(1), s.:24-39.

UNICEF ve SHÇEK (2010). *Türkiye’de Çocuk İstismarı ve Aile İçi Şiddet Araştırması / Özet Rapor*. Ankara, (Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu Türkiye Temsilciliđi ve TC Başbakanlık Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu), 30. Erişim: 17.10.2016, <http://www.unicef.org.tr/files/bilgimerkezi/doc/cocuk-istismari-raporu-tr.pdf>

Yenibaş, R. ve Şirin, A. (2007). *Ailede Çocuğun İstismarı ve Umutsuzluk*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Yılmaz İrmak, T. (2008). Çocuk İstismarı ve İhmalinin Yaygınlığı ve Dayanıklılıkla İlişkili Faktörler. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.

SÜRDÜRÜLEBİLİR AMBALAJ TASARIMLARININ GRAFİK TASARIM EĞİTİMİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

Uğur DERViŞ
İstanbul Aydın Üniversitesi
ugurdervis89@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9101-2239>

Dr. Öğr. Üyesi Öznur İŞİR
İstanbul Gelişim Üniversitesi
oiyarkatas@gelisim.edu.tr

ÖZ

Sürdürülebilirlik kavramı, yaşamımızda yer alan ekolojik, toplum, ekonomik ortam ve şartları aynı doğrultuda bizlerden sonra gelecek olan yeni nesillere yine aynı ortam ve şartlar içerisinde aktarılabilmenin sağlanması olarak ifade edilebilir. Sürdürülebilirliğin, bizlerin ekonomi yönünden sürdürülebilir kalkınma yapmamıza yardımcı olması, sağlığını ele alması, çevreye ve doğaya uygun malzeme seçimine olanak sağlaması gibi durumlarında açıklaması yapılabilir. Araştırmanın amaç ve önemini ne ifade ettiğinin açıklaması yapılmış olup, ele alınan bu ifadeden de problem cümlesinin tanımı ortaya çıkartılmış, bunun devamında da araştırma ile ilgili alt problem soruları oluşturulmuştur. Araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemi konu için uygun görülmüştür. Bu araştırma yönteminden de durum çalışması yöntemi ele alınmış, neden bu yöntemin seçildiği ve aşamaları belirtilmiştir. Konu ile ilgili incelenen üniversitelerin tablosu ortaya çıkartılmış, veri toplama aracı başlığı altında ifade edilmiştir. Araştırma sonucunda sürdürülebilir tasarım, geri dönüşüm gibi kavramların grafik tasarım eğitimi içerisinde daha fazla yer bulmasının gerektiği, sürdürülebilirliğin sadece grafik alanı içerisindeki müfredatlarda değil, tüm alanların müfredat konuları içerisinde de yer almasının gerektiği söylenilebilir.

Anahtar Kelimeler: *Ambalaj, Geri Dönüşümlü Ambalaj, Sürdürülebilir Ambalaj, Ambalaj Tasarımı, Sürdürülebilir Tasarım*

INVESTIGATION OF SUSTAINABLE PACKAGING DESIGNS IN TERMS OF GRAPHIC DESIGN EDUCATION

ABSTRACT

The concept of sustainability can be expressed as ensuring that the ecological, society, economic environment and conditions taking place in our lives can be transferred to the new generations that will come after us in the same environment and conditions. Sustainability can be explained in situations such as helping us to achieve sustainable development in terms of economy, addressing our health, and enabling the selection of materials suitable for the environment and nature. The purpose and importance of this research were explained, and the definition of the problem sentence was revealed from this statement, and sub-problem questions were formed. The qualitative research method was considered appropriate for the subject. In this research method, the case study method has been discussed and why this method has been selected, and its stages are mentioned. The table of the universities examined on the subject has been unearthed and expressed under the title of the data collection tool. As a result of this research, it can be said that the concepts such as sustainable design, recycling, should be found more in graphic design education, and sustainability should be included not only in the curriculum area but also in the curriculum subjects of all areas.

Keywords: *Packaging, Recyclable Packaging, Sustainable Packaging, Packaging Design, Sustainable Design*

GİRİŞ

Yaşadığımız dünya üzerinde, gündemde sık olarak öne çıkmakta olan önemli sorunlardan biri de insanoğlunun ekolojik sisteme vermiş olduğu zararlarıdır. İnsanoğlunun gereğinden fazla tüketim yapması, üretilecek olan ürün hammadde kaynaklarının azalması, enerjinin gereksiz olarak kullanılması ekolojik sisteme verilmiş olan zararın ilk sırasında yer almaktadır. Nüfus oranının hızlı bir şekilde artmasının devamında getirmiş olduğu olumsuz etkilerle, denizde ve karada hayatını sürdüren diğer canlıların da yaşamı olumsuz etkilenmekte ve maalesef ki geri dönülemez ve tekrarı olmayan zor seviyelere ulaşmış olduğu ifade edilebilir. Buradan hareketle bu çalışmada günlük hayatta kullanılan gıda ürün ambalajları, temizlik ambalajları gibi çeşitli türde ambalajların kullanıldıktan sonra atık olarak görünmeyip geri dönüşümünün ve devamlılığının sağlanması kavramı ön plana çıkarılarak incelenmiş, sürdürülebilirliğin tasarım ile olan ilişkisi de açıklanmaya çalışılmıştır.

Çeşitli tasarım alanları içerisinde tüketicinin yaşamına hızlı bir şekilde ulaşan, bilinç ve farkındalık kavramını ön plana çıkartan tasarım alanlarından birisi de grafik tasarımıdır. Farkındalığı olan bir tasarımcı eko tasarım, sürdürülebilir tasarım, devamlılık gibi benzer konular üzerinden dikkat çekici çalışmalar yaparak ürünün hedef kitleye etkili bir biçimde ulaşmasını sağlamaktadır. Bu çalışmada bir grafik tasarımcının ambalaj tasarımı yaparken, tasarım esnasında çevreyi ve doğayı koruma konusunu da beraberinde ele alması ifade edilmeye çalışılmıştır. Sürdürülebilirlik kavramının grafik tasarım eğitimi içerisindeki yeri ve önemi, eğitimlerini sürdürmekte olan öğrencilerin devamlılık, sürdürülebilirlik olgusu hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları, konu ile ilgili ortaya çıkartılmış olan grafik tasarım eğitiminde sürdürülebilirlik anketi doğrultusunda öğrencilere sorular yöneltilmiştir. Ambalaj tasarım dersi içeriğinde üretmiş oldukları projelerinin yanında süreklilik kavramını da ele alıp almadıkları da anket içerisinde soru olarak öğrencilere aktarılmıştır. Ayrıca grafik tasarım eğitimi içerisinde sürdürülebilirliğin yerine ilişkin ülkemizde bulunan güzel sanatlar fakültesinde eğitim ve öğretim faaliyetini sürdüren üniversiteler tespit edilmiş olmak ile birlikte, bu üniversitelerde ambalaj tasarım dersi içeriğinde sürdürülebilir ambalaj tasarıma ilişkin dersler verilir vermediği de incelenmiştir.

AMAÇ ve ÖNEM

Araştırmanın amacı; geçmişten günümüze kadar tasarlanmış ve günümüzde de kullanılmakta olan ambalajların bir kereye mahsus bir şekilde kullanılıp atılması yerine, bunların birer kaynak olarak görülebilmesinin sağlanmasıdır. Sürdürülebilirlik kavramını ve geri dönüşüm farkındalığının insanlara daha çok kazandırılmasını sağlamak, ambalajların ekonomik ve çevresel açıdan da kullanılabilirliğini arttırmak ve devamını sağlamak bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Bu araştırmanın önemi, günümüz içerisinde grafik tasarım eğitimi alanında görülen ambalaj tasarım eğitimi dersinin sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir ambalaj tasarımı yönünden bakıldığı zaman işlenen konuların ambalaj tasarımı teorik ve uygulamalı projeler üzerinden yol izlenerek öğrencilere aktarıldığı görülmekte, fakat sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir ambalaj üzerinden ise yeterli olmayan bir eğitimin olduğu görülmektedir. Öğrencilerin bir ürünün ambalajını tasarlarlarken, tasarımın en başından itibaren sürdürülebilirlik kavramını ele alarak ne tür bir ambalaj tasarımı ortaya çıkaracağı ve bu tasarımın devamlılığının nasıl sağlanabileceği durumu üzerine ele alınan araştırma konusunun bu probleme ilişkin katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

PROBLEM CÜMLESİ

Üniversite sürecinde grafik tasarım eğitimi alanında verilen ambalaj tasarımı derslerine bakılıp incelendiği zaman, marka ürün ilişkisi üzerinden ambalaj tasarımının teorik bilgiler ve uygulamalı projeler ile desteklenerek öğrencilere

aktarıldığı görülmektedir. Yapılan araştırmalar sonucunda ambalaj tasarımı ders konularına bakıldığı zaman sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir ambalaj konusu üzerine verilen eğitimin yeterli olmadığı düşünülmektedir. Öğrencilere ambalaj tasarım dersi içeriğinde sürdürülebilirlik kavramının önemi hakkında da bilgi verilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Aşağıda sürdürülebilir ambalaj tasarımlarının grafik tasarım eğitimi açısından incelenmesine yönelik olarak hazırlanan araştırmanın alt problem soruları şu şekilde belirtilmiştir:

Sürdürülebilirlik ambalaj tasarım eğitimi içerisinde nasıl bir yer bulmaktadır?

- Grafik tasarım eğitimi görmekte olan öğrenciler sürdürülebilirlik ile ilgili hangi bilgilere sahiptirler?
- Öğrencilerin sürdürülebilir ambalaj konusunda görüşleri nelerdir?
- Verilen ambalaj tasarım eğitimine bakıldığında ambalaj hakkında işlenen konular genellikle hangi tür konuları kapsamaktadır?
- Ambalaj tasarım eğitimi dersinin amacı ve işlenen haftalık konular içerisinde sürdürülebilirlik nasıl bir yer bulmaktadır?
- Sürdürülebilirlik kavramı grafik tasarım eğitimi açısından nasıl bir önem arz etmektedir?

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Nitel araştırma; gözlem, doküman inceleme, görüşme gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırmadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 39). Bu sebeple araştırma kapsamında sürdürülebilir ambalaj tasarımının grafik tasarım eğitimi açısından incelenmesi sürecinde nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

DURUM (ÖRNEK OLAY) ÇALIŞMASI

Örnek olay çalışması, gerçek yaşam bağlamında araştırmacının deney sonuçlarını kontrol ve tahmin edemediği araştırmalarda en etkin yöntem olarak görülmektedir (Yin, 2003). Örnek olay yönteminin en uygun olarak kullanılabileceği iki durum şu şekilde tanımlanmaktadır (Eisenhardt, 1989; Yin, 2003); bunlardan biri, araştırmanın doğrudan betimsel bir soru olan “ne oldu?” sorusuna ya da açıklayıcı bir soru olan “neden ve nasıl oldu?” sorusuna cevap araması durumu olup, bir diğeri de araştırmanın doğrudan gözlem ve veri toplama yoluyla derinlemesine bir bakış açısı kazandırmayı hedeflediği doğal ortam araştırmalarında kullanılmaktadır.

Yapılan araştırma neticesinde üniversitelerde grafik tasarım eğitimi alanında verilen ambalaj tasarım dersi içeriği incelendiğinde, sürdürülebilirlik kavramı üzerine verilen eğitimin eksik olduğu düşünülmektedir. Öğrencilerin sürdürülebilirlik kavramı ve sürdürülebilir ambalaj tasarım eğitimi üzerine bilgi ve düşüncelerinin ne olduğu, sürdürülebilirlik konusu ile ilgili ders içeriğinde nasıl bir eğitim verilmesi gerektiği ve buna benzer sorular hazırlanarak katılımcıların bu konu hakkındaki görüş ve düşüncelerinin alınması düşünülmüştür. Bu sebeple, durum çalışması (örnek olay) bu araştırma için uygun çalışma yöntemi olarak kabul edilmiştir.

GÖRÜŞME

Görüşme yapmanın amacı; araştırmacının karşısındaki görüşmeciden bilgi sağlaması ve konu hakkındaki her türlü amacı ve önemi öğrenmek istemesidir. Biz görüşmeyi doğrudan gözlem yapamadığımız durumlar için kullanırız. Duyguları, düşünceleri ve niyetleri gözlemleyemeyiz. Gözlemcinin içine giremediği durumları da gözlemleyemeyiz. İnsanların dünyayı nasıl organize ettiklerini ve dünyaya yükledikleri anlamları da gözlemleyemeyiz. Bütün bunları katılımcılara sorular sorarak öğrenebiliriz. O halde görüşmenin amacı; görüşme yapılan katılımcının bakış açısını öğrenmektir” (Patton, 2002) (Akt: Merriam, 2013).

STANDARTLAŞTIRILMIŞ AÇIK UÇLU GÖRÜŞME / YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME

Araştırmacının konuya yönelik oluşturduğu görüşme sorularını karşısındaki görüşmeciye ileterek katılımcının konu hakkındaki görüş ve düşüncelerini ele alması olarak tanımlanabilir.

Tam yapılandırılmış görüşme aslında yazılı araştırmanın sözlü formudur. Nitel araştırmalarda yüksek yapılandırılmış bir görüşmenin problemi, önceden hazırlanmış sorulara bağlı kalmaktan dolayı bakış açısına ve dünyasına girilmeye çalışılan katılımcının dünyasına girilememesidir. Bunun ötesinde araştırmacının ön yargılı olduğu tepkisi alınabilir. Dayanaksız varsayımlara dayalı böyle bir görüşme, katılımcıları ortak kelimeler kullanmaya zorlayacak ve onların farklı yorumlar değil aynı görüşleri ifade etmesine sebep olacaktır. Nitel araştırmalarda yüksek yapılandırılmış teknik en çok, katılımcılardan demografik bilgilerini alırken kullanılır. Örneğin her katılımcının yaşını, gelirini, kaç yıldan beri çalıştığını, evlilik ve eğitim durumunu öğrenmek için bu yapı kullanılabilir veya her bir katılımcıdan bir ifade, bir kavram veya bir terim duymak istenebilir (Merriam, 2013). Bu sebeple araştırılan konu ile ilgili kullanılacak olan hangi görüşme türü olursa olsun, incelenen konunun üst düzeye ulaşması, detaylı bir hal alması ve çevredeki insanların da konuya daha anlaşılır bir yönde yaklaşması bağlamında seçilecek olan görüşme türünün oldukça fayda sağlayacağı söylenebilir.

Bu sebeple araştırmada görüşme ve standartlaştırılmış açık uçlu görüşme **yönteminin** seçilme nedeni; üniversitelerde verilen grafik tasarım eğitimi kapsamında okutulan ambalaj tasarım dersi içeriğinde öğrencilerin sürdürülebilirlik kavramı ve sürdürülebilir ambalaj tasarımına ilişkin bilgi sahibi olup olmadıklarının tespitine yönelik verilerin, hazırlanılan görüşme sorularının cevaplandırılması yoluyla elde edilmesi içindir.

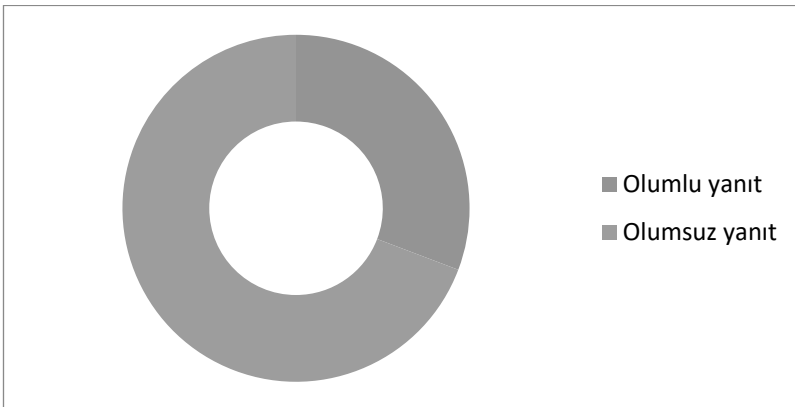
BULGULAR

Araştırmanın bulgular bölümünde araştırma alt problem sorularına ilişkin bulgulara ve bunlara yönelik açıklamalara yer verilmiştir. Araştırma içerisinde 3. sınıf grafik tasarım öğrencilerinin sürdürülebilirlik, sürdürülebilir ambalaj tasarımı, sürdürülebilir ambalaj tasarımının grafik tasarım içerisindeki yeri ve önemi, sürdürülebilir ambalajın çevreye nasıl bir etkisinin olduğu, sürdürülebilir ambalaj tasarımının grafik tasarım disiplini mesleği açısından önemi, grafik tasarım meslek etiği içerisinde sürdürülebilirlik kavramına yönelik görüş ve düşüncelerine yer verilmiştir. Öğrenci görüşleri tema başlıkları altında ve araştırmanın ilgili alt problemleri altında sunulmuştur.

Sürdürülebilirlik, Ambalaj Tasarım Eğitimi İçerisinde Nasıl Bir Yer Bulmaktadır?

Sürdürülebilir ambalaj tasarımı ile ilgili üniversite içerisinde eğitim, seminer vb. yapılmakta mıdır? Hiç katıldınız mı?

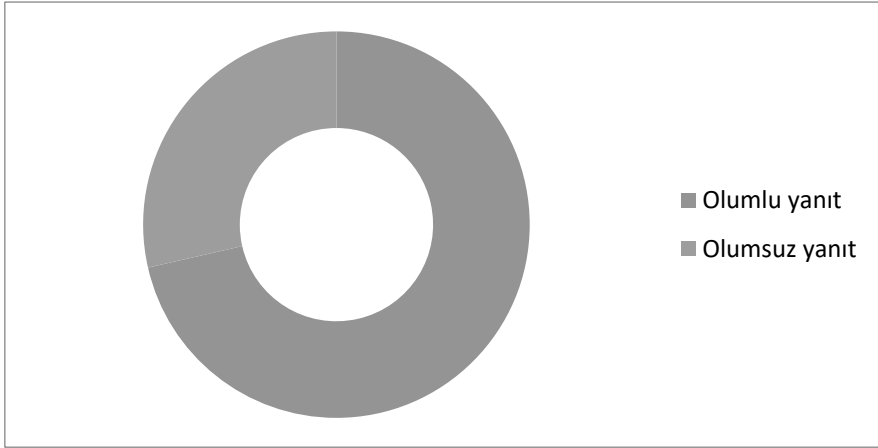
15 öğrenci içerisinde 4 öğrencinin soru ile ilgili olumlu yanıt verdiği, 9 öğrencinin de olumsuz yanıt verdiği görülmüştür. Öğrencilerin eğitim veya seminerlerden haberdar olmadığı veya katılmadığı, belirtilen görüşler içerisinde yer almaktadır.



Grafik 1

Ambalaj tasarımı dersi içeriğinde, sürdürülebilir ambalaj tasarımı konusu yer alıyor mu? Alıyorsa ne tür konular yer almaktadır?

15 öğrenci içerisinde 4 öğrencinin soruya olumsuz yanıt verdiği, 10 öğrencinin ise soru ile ilgili görüşlerine genel olarak bakıldığında sürdürülebilirlik kavramının yer aldığı, sürdürülebilir olması için hangi malzemenin kullanılması gerektiği, yapılan proje içerisinde sürdürülebilirlik konusu üzerinde durulduğu, belirtilen görüşler içerisinde yer almaktadır.



Grafik 2

Öğretim üyelerinin proje derslerinizde sürdürülebilirlik konusu ile ilgili sizden talepleri bulunuyor mu? Bulunuyorsa nasıl ifade edersiniz?

15 öğrenci içerisinde 4 öğrencinin soruyla ilgili olumsuz yanıt verdiği, 6 öğrencinin soruyla ilgili görüşlerine bakıldığında öğretim üyelerinin öğrencilere sürdürülebilirlik konusu ile ilgili ders içerisinde verilen projeye göre talepte bulunduğu, belirtilen görüşler içerisinde yer almaktadır.

Bir grafik tasarımcısının bir ambalajı tasarlarken, sizce neleri ön planda tutması gerekmektedir?

Yapılan görüşme sonucunda 15 öğrenci görüşü analiz edilmiş ve Şekil 1’de görülebileceği gibi “sürdürülebilirlik yönünden görüşler”, “tüketici yönünden görüşler” ve ”tasarım yönünden görüşler” olmak üzere üç tema oluşturulmuştur.

Bir grafik tasarımcısının bir ambalajı tasarlarken, sizce neleri ön planda tutması gerekmektedir?		
Sürdürülebilirlik yönünden görüşler	Tüketici yönünden	Tasarım yönünden
Sürdürülebilir olması ve tüketiciye hitap etmesi, merak uyandırması	Ürünün hangi tüketiciye hitap ettiği önemli. Bir gıda ürünüyse mat doğal görünümlü kâğıtlar, iştah açıcı renkler	Marka
Sürdürülebilir olması çevre dostu olması albenili iş yapması	Tüketiciyi kendine çekebilecek renk ve ambalaj özelliklerini ön planda tutmalı.	Renk uyumu, doku, tasarım uygunluğu
		Tasarlanan ambalajın ilk bakışta bile hangi ürünü ifade etmesi gerektiğini düşünüyorum.

Şekil 1: Bir grafik tasarımcısının bir ambalajı tasarlarken neleri ön planda tutması gerektiğine dair görüşler

Grafik Tasarım Eğitimi Görmekte Olan Öğrenciler Sürdürülebilirlik İle İlgili Hangi Bilgilere Sahiptirler?

Sürdürülebilirlik hakkında neler düşünüyorsunuz?

Yapılan yazılı görüşme sonucunda 15 öğrencinin görüşleri analiz edilmiş ve elde edilen veriler, Şekil 2’de görülebileceği gibi “süreklilik yönünden görüşler”, “kullanım yönünden görüşler”, “tasarımsal yönünden görüşler”, “istenilen nitelikte olmayan” olmak üzere dört tema altında toplanmıştır.

Sürdürülebilirlik kavramına yönelik görüşler			
Süreklilik yönünden görüşler	Kullanım yönünden	Tasarımsal yönünden	İstenilen nitelikte
Geri dönüşüm	Uzun süreli, farklı malzemeler için kullanıma uygunluk	Belli markalar ve belli tasarımlar için sürdürülebilirlik	Umuyorum birçok alan ve sektör bu duruma olumlu yönde daha fazla eğilim gösterecektir.
Doğal Kaynakların devamlılığı için her alanda sürdürülebilirlik esas alınmalıdır		Tasarım açısından devam ettirilebilir	
Devamlılığı olan	Bir şeyi korumak değer vermek		

Şekil 2: Sürdürülebilirlik kavramına yönelik görüşler

Sürdürülebilir ambalaj tasarımını nasıl ifade edersiniz?

Yapılan görüşme sonucunda 15 öğrencinin görüşleri analiz edilmiş. Öğrenci görüşleri Şekil 2’de görülebileceği gibi “çevresel açıdan”, “devamlılık açısından”, “süreklilik yönünden”, “tasarım yönünden” olmak üzere dört tema altında toplanmıştır.

Sürdürülebilir ambalaj tasarımına yönelik görüşler			
Çevresel açıdan	Devamlılık açısından	Süreklilik yönünden	Tasarım yönünden
Çevreyi koruyan	Devam eden tasarımsal ürünler	Marka için kalıcılığı sağlar	Bir ürünün birden farklı şekilde kullanılması
Çevre dostu			
Çevreci tasarım			

Şekil 3: Sürdürülebilir ambalaj tasarımına yönelik görüşler

**Öğrencilerin Sürdürülebilir Ambalaj Konusunda Görüşleri Nelerdir?
Ambalajlarda sizce sürdürülebilirlik kavramı ön plana çıkartılmakta mıdır?
Sebebi sizce ne olabilir?**

Yapılan görüşme sonucunda 15 öğrencinin görüşleri analiz edilmiş, Şekil 3'te görülebileceği gibi “tüketici yönünden görüşler”, “süreklilik yönünden”, “istenilen nitelikte olmayan”, “isteğe bağlı açısından”, “maliyet yönünden”, “tasarım yönünden” olmak üzere altı tema oluşturulmuştur.

Ambalajlarda sürdürülebilirlik kavramının ön plana çıkartılmasına yönelik görüşler		
Tüketici yönünden görüşler	Süreklilik yönünden	İstenilen nitelikte olmayan
Çıkartılmaktadır. Sebebi ise daha fazla kitleye ulaşmaktır.	Geri dönüşüme ve tasarrufa büyük katkı sağlar	Henüz yeteri kadar kullanılmamaktadır
İnsanların biraz daha doğal ürünler tercih etmeye başlaması	Maliyet yönünden	Tasarım yönünden
İsteğe bağlı açısından	Çıkartılmamaktadır. Çünkü maliyeti yüksektir	Çıkartılmıyor. Çünkü her ürün için farklı ambalaj tasarımına
Çıkartılmaktadır. Tercih sebebi haline gelebilmek için.		

Şekil 4: Ambalajlarda sürdürülebilirlik kavramının ön plana çıkartılmasına yönelik görüşler

Sürdürülebilir ambalaj tasarımının grafik tasarım disiplini mesleği açısından önemi hakkında ne düşünüyorsunuz?

Yapılan görüşme sonucunda 15 öğrencinin görüşleri analiz edilmiş ve elde edilen veriler Şekil 4'de görülebileceği gibi “süreklilik açısından”, “gelecek ve çevre açısından”, “teşvik etme açısından”, “etkilemek açısından” olmak üzere dört tema altında toplanmıştır.

Sürdürülebilir ambalaj tasarımının grafik tasarım disiplini mesleği açısından önemine yönelik görüşler		
Süreklilik açısından	Gelecek ve çevre açısından	Teşvik etme açısından
Projeyi sürdürme açısından önemli olabilir	İleriye dönük tasarımlar ve uzun ömürlü tasarımlar yapılabilmesi için yüksek önem arz etmektedir	Önemli olduğunu düşünüyorum
Tasarımcı olarak iş sürekliliği açısından iyi olur. Herhangi bir iş geldiğinde o işi daha rahat yaparsınız.	Önemli ve gerekli olduğunu düşünüyorum. Ürünleri sürdürülebilir ambalajlar ile tüketicilere sunmak, gelecek ve çevre açısından çok önemli.	İnsanları daha az atık üretmeye teşvik etmeye yardımcı olur
Sürdürülebilirlik her alanda olduğu gibi grafik tasarım alanında da olmak zorundadır.		Etkilemek açısından
		Müşteriyi daha fazla kendine çekiyor ve bu yüzden daha fazla önem verilmeli

Şekil 5: Sürdürülebilir ambalaj tasarımının grafik tasarım disiplini mesleği açısından önemine yönelik görüşler

Sürdürülebilir ambalajın çevreye nasıl bir etkisinin olduğunu düşünüyorsunuz?

Yapılan görüşme sonucunda 15 öğrencinin görüşleri analiz edilmiş, Şekil 5’de görülebileceği gibi “süreklilik yönünden”, “kullanım yönünden”, “plastik kullanım yönünden”, “üretim ve tüketim yönünden”, “çevresel yönden” olmak üzere beş tema altında toplanmıştır.

Sürdürülebilir ambalajın çevreye nasıl bir etkisinin olduğunu düşünüyorsunuz?		
Süreklilik yönünden	Kullanım yönünden	Plastik kullanım yönünden
Geri dönüşüm ve fazla tasarruf.	Daha uzun süreli kullanım sağladığı için daha zararsız olduğunu düşünüyorum	Daha az plastik atımını sağlar
Üretim ve tüketim		İyi bir etkisi olduğunu düşünüyorum. Plastik kullanımının daha azaltılmana katkı sağlıyor.
Yararlı çok yararlı üretim tüketim anlamında da çok büyük bir katkı yarar var zarar yok	Kullanılan malzemelere daha dikkat edildiği için çevreye faydası oluyor.	Çevresel yönden
		Çevre dostu

Şekil 6: Sürdürülebilir ambalajın çevreye olan etkisi ile ilgili görüşler

Sürdürülebilirlik Kavramı Grafik Tasarım Eğitimi Açısından Nasıl Bir Önem Arz Etmektedir?

Sürdürülebilir ambalaj tasarımlarının grafik tasarım eğitiminde yeri ile ilgili eklemek istediğiniz görüş ve önerileriniz var mıdır? Varsa nelerdir?

Yapılan görüşme sonucunda 15 öğrencinin görüşleri analiz edilmiş, Şekil 6’da görülebileceği gibi “bilgi verme ve teşvik etme yönünden”, “tüketim yönünden”, “maliyet ve sürdürülebilirlik yönünden” olmak üzere üç tema oluşturulmuştur.

Sürdürülebilir ambalaj tasarımlarının grafik tasarım eğitiminde yeri ile ilgili görüşler		
Bilgi verme ve teşvik etme yönünden	Tüketim yönünden	Maliyet ve sürdürülebilirlik yönünden
Bize sürdürülebilir ambalaj hakkında biraz daha bilgi verilmelidir.	Sadece plastik poşet kullanımında değil yiyecek içecek gibi çok kullanılan ürünler içinde bir şeyler düşünülmelidir	Maliyet geri dönüşüm iş yükü gibi konularda olumlu yönde etkilediğini düşünüyorum. Hem üretici hem tüketicinin yararına olan bir şey.
Daha çok sürdürülebilir ambalaj kullanımına teşvik edilmeli.		

Şekil 7: Sürdürülebilir ambalaj tasarımlarının grafik tasarım eğitiminde yeri ile ilgili görüşler

Bir Tüketici ve Tasarımcı Olarak Ürün Tercih Sebebine ve Ambalajın Önemine İlişkin Nasıl Bir Yer Bulmaktadır?

Bir tasarımcı olarak ürün tercih ederken nelere dikkat ediyorsunuz?

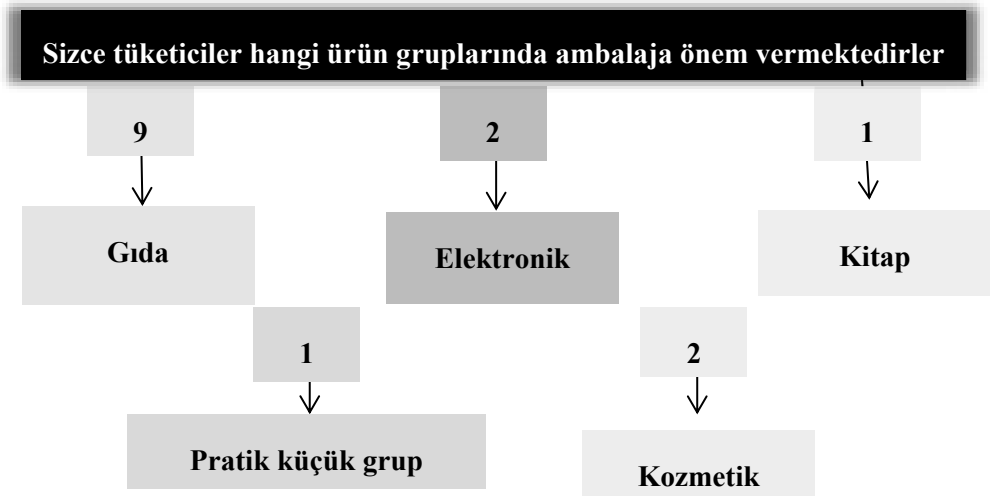
Öğrencilerle yapılan yazılı görüşme sonucunda öğrencilere bir tasarımcı olarak ürün tercihi yaparken nelere dikkat ediyorsunuz? sorusu yöneltilmiştir. Şekil 7’de görüleceği gibi katılımcıların görüşleri analiz edilmiş, 11 görüş farklı temalar altında toplanmıştır.

Bir tasarımcı olarak ürün tercih ederken nelere dikkat		
İşlevsellik	Çevre dostu uygun fiyat	Ürünün içeriği, güvenilirliği.
Birçok etken ortaya çıkıyor. Seçim duruma göre değişir.	Ambalajından çok dokusu ürün üzerindeki renkler	Renklerine göre bende uyandırdığı hisse dikkat ediyorum
Ambalajına ve içeriğine dikkat ederim.	Logo, Renk, Tasarım uyumu	Kaliteli olmasına, görünüşüne, ilgi çekip çekmediğine
	İçeriğine	

Şekil 8. Bir tasarımcı olarak ürün tercih ederken nelere dikkat ediyorsunuz hakkındaki görüşler

Sizce tüketiciler hangi ürün gruplarında ambalaja önem vermektedir?

Görüşme sonucunda 15 öğrencinin görüşleri analiz edilmiş, Şekil 8’de görüleceği gibi “gıda”, “elektronik ürün”, “kitap”, “pratik küçük gruplar”, “kozmetik içerikleri” olmak üzere beş tema oluşturulmuştur.



Şekil 9: Sizce tüketiciler hangi ürün gruplarında ambalaja önem vermektedirler hakkındaki görüşler

SONUÇ

İnsanoğlunun günümüzde çevreye vermiş olduğu zararlar ve bu zararlar için önlemler alınması gerektiğinin gerçeği yansıttığı söylenilebilir. Sanayi üretiminin sınırsız bir şekilde yaygınlaştığı günümüzde, sanayi atıklarının şehirlerde ya da boş araziler içerisinde üretim atıklarından bir tepe oluşmasına sebep olmaktadır. Tüketilen evsel atıkların şişe, kâğıt vb. gibi türlerinin ayırım yapılmadan bir yere atılması genellikle gelişmekte olan ülkelerin ilk sıralarında yer bulmaktadır. Firma ve kurumların dünyamızın geleceği konusunda duyduğu endişe sebebiyle çıkartmış olduğu sürdürülebilirlik raporları, bazı gönüllü kuruluşların da duymuş olduğu bu kaygıdan dolayı sürdürdüğü eylemler, esas amacına tam olarak ulaşmamaktadır.

Bütün çalışma sektörleri üretimlerini gerçekleştirirken, çevre politikalarını ele alarak üretim aşamalarının tümünde sürdürülebilirliğin sınırları içerisinde kalmayı esas amaç olarak ilk sırada yer edinmelidirler. Ancak bu amaç doğrultusunda gelecek nesillere yaşanılabilir bir doğa, çevre ve dünya bırakılabilir. Bu bağlamda eğitim, sanayi, kurum ve kuruluşları çevre bilinci oluşturacak çalışmalar, projeler hayata geçirmelidirler. Bu çalışmalar ortaya çıkartıldığında toplum içerisinde de çevre bilinci oluşturulmalıdır.

Grafik tasarımcı, yaratıcı düşünceler geliştirerek tüketicinin çevreye duyarlılığı konusunda bilincini arttırmalıdır. Bu sebeple tüketici satın alacağı ürünlerde çevreye duyarlı olma özelliğini arayacaktır. Tasarımcı kendine özgü fikir ve düşünceleriyle tüketicinin bilinçlenmesinde önemli bir pay sahibi olmak ile birlikte, ürünü ortaya çıkaran üreticilere de sürdürülebilirlik, devamlılık ve geri dönüşüm gibi konularda da şirketi zenginleştirecek fikirler aktarmalıdır.

Grafik tasarımcı için tasarım sürecinin en başından itibaren çevreye yönelik etkilerin azaltılması ya da tamamıyla ortadan kaldırılması şekli itibariyle gerçekleştirilmelidir. Kullanılacak olan kâğıt sürdürülebilir bir ürün olmalı ve tasarımın bitiminde o kâğıdın geri dönüştürülebilir olması gerekmektedir. Tasarımcı belirlenmiş olan standart kâğıt boyutlarını firesiz olarak kullanmalı ve böylelikle ormanların korunmasına, kâğıt kullanımının kontrollü bir hal almasına, çevre ve doğa kirliliğinin önlenmesine de katkı sağlayabilir.

TARTIŞMA

Grafik tasarım eğitimi içerisinde araştırmanın konusu ile ilgili ilk olarak öğrencilere sürdürülebilirlik hakkındaki düşünceleri sorulmuştur. Öğrencilerin belirtmiş olduğu görüşler farklılık göstermiştir. Çoğunluk olarak ise, "tasarımsalyönden" ve "süreklilik yönünden" olarak belirtilen görüşlerin yer aldığı görülmektedir. Araştırma içerisinde Bozdoğan (1996) sürdürülebilirlik kavramını; "Daimi olma yeteneği olarak" adlandırılan sürdürülebilirlik kavramı

ilk kez Norveç Başbakanı G. H. Brundthland başkanlığında kurulan Birleşmiş Milletler Çevre ve Gelişme Komisyonu tarafından 1987'de hazırlanan 'Ortak geleceğimiz' raporunda, “Mevcut durumdaki gereksinimleri karşılarken gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama yetisini koruyan gelişim” olarak tanımlanmıştır. Sürdürülebilirlik kavramının aslında Yunan mitolojisine kadar dayandığı ifade edilmektedir sözyle vurgulamıştır. Salur (2014)' ün araştırmasında yapmış olduğu röportaj sırasında sormuş olduğu "Sizce sürdürülebilir yaşam için tasarım nedir? " adlı sorunun, bu araştırma içerisinde öğrencilere sorulan "Sürdürülebilirlik hakkında neler düşünüyorsunuz?" sorusu ile verilen yanıtlara bakıldığında konu ile ilgili benzerlik gösterdiği ve aynı durumdan bahsedildiği vurgulanmaktadır.

Burada ele alınan ve sorulan sürdürülebilirlik ile ilgili tanımlamaların ve soruların, farklılık gösterdiği görülmekte olup, sürdürülebilirlik kavramı ile ilgili bir çok tanım ve sorunun bulunduğu fakat bu tanımlamaların ve soruların geri dönüşüm, devamlılık gibi kelimelerle benzerlik gösterdiği söylenilebilir.

Araştırmada öğrencilere sürdürülebilir ambalaj tasarımı hakkındaki düşünceleri sorulmuştur. Öğrenciler bu konu ile ilgili görüşlerinde sürdürülebilir ambalajın çevreyi koruyan, çevre dostu ambalajlar, geri dönüşüme ve tasarrufa büyük katkısının olduğu, bir ürünün birden fazla şekilde kullanılması gibi yanıtlar vermişlerdir.

Lewis ve diğ., (2007) ise Sürdürülebilir ambalajın tanımını yapan uluslararası iki farklı organizasyon bulunmaktadır. İlk organizasyon, Avustralya'da Royal Melborn Institute of Technology (RMIT), ikincisi ise Victoria University of Technology ve BirubiInnovation Ltd. iş birliği ile 2002 yılında kurulmuş olan Sustainable Packaging Alliance (SPA)'tır. Bu organizasyon, çevresel performans ve sürdürülebilir ambalaj konularında yapılan araştırmaların sürekli olarak geliştirilmesi, sanayi ile iş birliği yürüterek ambalaj sanayi için stratejik ve pratik araçlar geliştirmeyi hedeflemektedir ifadelerini belirtmişlerdir.

Tüm bu tanımlama ve belirtilmiş olan görüşlere bakıldığında ortak bir açıklama ile belirtmek gerekirse, sürdürülebilir ambalajın hem çevresel açıdan hem de çevre dostu ambalajların ortaya çıkartılması, sürdürülebilir ambalaj ile ilgili çalışmaların daha fazla geliştirilmesi, öğrenci görüşlerinden de anlaşılacağı üzere sürdürülebilir ambalajın doğa ve çevre açısından oldukça fazla bir öneme sahip olduğu vurgulanmaktadır.

Araştırmada öğrencilere sürdürülebilir ambalaj tasarımı ile ilgili üniversite içerisinde eğitim, seminer vb. yapılmakta mıdır? Hiç katıldınız mı? sorusu yöneltilmiştir. Öğrencilerin bu soruya çoğunluk olarak olumsuz yanıt verdiği

görülmektedir. Yine Salur (2014)'ün araştırmasında yapmış olduğu röportaj sırasında sorduğu Grafik tasarım eğitimi veren okullarda “eko tasarım, sürdürülebilir tasarım” derslerin gerekliliği hakkında ne düşünüyorsunuz? sorusu ile benzerlik gösterdiği görülmektedir.

Bakıldığında sürdürülebilir tasarım, geri dönüşüm, devamlılık gibi kavramların grafik tasarım eğitimi içerisinde daha fazla yer bulmasının gerektiği, sürdürülebilirliğin sadece grafik alanı içerisindeki müfredatlar da değil, tüm alanların müfredat konuları içerisinde de yer almasının gerektiği söylenilebilir. Çünkü ne kadar çok sürdürülebilirlik kavramı ile ilgili eğitim içerisinde bilgi sahibi olunursa, bir o kadar gelişim gösterilebilir.

ÖNERİLER

ARAŞTIRMAYA YÖNELİK ÖNERİLER

Yapılabilecek bu araştırmaya yönelik benzer çalışmalarda kullanılacak araştırma yöntem ve tekniklerinin daha ayrıntılı incelenmesi sağlanabilir. Daha kapsamlı bir çalışma ile beraber araştırma zenginleştirilebilir, daha farklı ayrıntılı bulgulara ve yorumlara ulaşılabilir.

Türkiye’deki çeşitli üniversitelerin güzel sanatlar fakültesi grafik tasarım veya grafik bölümü ders içeriklerinin yurt dışında bulunan çeşitli üniversitelerin grafik veya tasarım bölümleriyle birlikte ele alınması gibi benzer çalışmalar yapılabilir. Bu araştırma kapsamında grafik tasarım eğitimi içerisinde sürdürülebilir ambalaj tasarım ve sürdürülebilirlik kavramı ile ilgili sadece öğrenci görüş ve düşüncelerine başvurulmuştur. Grafik tasarım eğitimi veren öğretim elemanları, reklam ajansı ve matbaa sahipleri sektörde çalışan grafik tasarımcılar ile benzer bir araştırma yürütülebilir.

Grafik tasarım eğitimi içerisinde sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir ambalaj tasarımına ilişkin müfredat taslak planı hazırlanabilir.

UYGULAMAYA YÖNELİK ÖNERİLER

Üniversite içerisinde sürdürülebilir ambalaj tasarımı ile ilgili eğitim ya da seminerlere öğrencilerin katılmadığı ya da haberdar olmadığı verilen yanıtlar içerisinde yer almaktadır. Bu veri doğrultusunda seminerler, çalıştaylar, atölye çalışmaları düzenlenip öğrenciler teşvik edilebilir ve bilgilendirilebilir.

Öğretim üyelerinin proje derslerinde öğrencilere vermiş olduğu sürdürülebilirlik konusu ile ilgili bilginin yetersiz kaldığı belirtilen görüşler içerisinde yer almaktadır. Bu veri doğrultusunda öğretim üyelerinin proje derslerinde yapılan bir ambalaj tasarımının bir başka ürün veya tasarımlarda devamının sağlanması

gibi çalışmaların sürdürülebilirlik ile ilişkilendirilmesine olanak sağlanabilir. Öğretim üyelerinin öğrencilere bu konu hakkında daha fazla talepte bulunulması öngörülebilir.

Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir ambalaj tasarımı ile ilgili dönem içerisinde daha fazla ders verilmesi sağlanabilir.

KAYNAKÇA

Bozlağan, R. (1996). *Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arka Planı, Sosyal Siyaset Konferansları*, Kitap 50, İstanbul: GÜ Yayın No 4509.

Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14: 532–550.

Lewis, H., Fitzpatrick L., Verghese K., Sonneveld K., Jordon, R. (2007). *Sustainable Packaging Redefined*. Melbourne, Australia: Sustainable Packaging Alliance.

Merriam, S.B. (2013). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*, (Çev. Editörü: Selahattin Turan). Ankara: Nobel Yayınları.

Patton, M.Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods (3rd Ed.)*. London: Sage Publications, Inc.

Salur, N. (2014). Sürdürülebilirlik ve Geri Dönüşüm Açısından Grafik Tasarım. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tez ve Sanatta Yeterlik Çalışması, syf:157,171 Kocaeli.

Yıldırım, A ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.

Yin, R. (2003). *Case Study Research: Design and Methods*. CA: Sage Publishing.

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ DERGİSİ

Yazar Kılavuzu

Aşağıda belirtilen yayın ilkeleri ve yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmış yazılar, e-posta (iaud@aydin.edu.tr) yoluyla aşağıdaki adreslere gönderilebilir. Ön inceleme ve hakem değerlendirmesi doğrultusunda geliştirilmek ve/veya düzeltilmek üzere yazarlarına geri gönderilen yazılar, gerekli düzeltmeler yapılarak en geç bir ay içinde tekrar dergiye ulaştırılır. Yapılan ön incelemede yazım kurallarına uyulmadığı tespit edilen makaleler düzeltilmesi için yazarına iade edilir ve yayım programına alınmaz.

Yayın İlkeleri

İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi (İAÜD); medya çalışmaları, iktisat ve işletme çalışmaları, ekonomi, mimarlık, iletişim çalışmaları, reklamcılık, halkla ilişkiler, sosyal bilimler, sağlık iletişimi, sosyoloji, eğitim bilimleri, insan kaynakları yönetimi, televizyon ve sinema, hukuk, Türk dili ve edebiyatı, iç mimarlık, maliye, sosyal politika ve çalışma ilişkileri, grafik tasarımı, siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler, davranış bilimleri, tarih, sanat tarihi, arkeoloji, uzaktan eğitim, yabancı diller ve edebiyatları, dil bilim ve bunun gibi sosyal bilimlerdeki ilgili alanlarında bilimsel eserleri yayımlar.

İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi senede 4 defa yayınlanan hakemli bir dergidir. Orijinal teorik ve/veya deneysel çalışma ve sabit referans değerleri ile ilgili öğretici açıklamanın bulunduğu makaleler kabul edilir.

İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi yayım kurulu, uluslararası uzmanların değerlendirmesiyle makalelerin kabul edilmesi veya edilmemesinde yetkilidir.

GENEL KURALLAR

1. Dergide yayımlanan yazı ve makalelerde kullanılacak dil Türkçe ve İngilizcedir.
2. Çalışmayı destekleyen bir kurum varsa, makale başlığının son kelimesi üzerine (*) konularak, aynı sayfada dipnot olarak destek veren kurum bilgileri belirtilmelidir.
3. Gönderilen yazılar kaynakça ve ekler dahil **12.000** kelimeyi aşmamalıdır.
4. Makaleler **APA referans sistemine (APA 6.0)** göre düzenlenmelidir. Lütfen metin içinde verilen referansların kaynakçada olmasına özen gösteriniz.

Yazım Kuralları

• Sayfa Düzeni

Üst 3,5 cm, alt 2,5 cm, sol kenar 2,5 cm, sağ 2 cm boşluk bırakılacak şekilde tüm metin alanı 170 mm X 240 mm şeklinde olmalıdır.

- **Yazı Türü**

Times New Roman yazı karakteri kullanılmalıdır. Türkçe “Öz” İngilizce “Abstract” bölümleri 11 punto, ana metin 11 punto, yararlanılan kaynaklar bölümü ise 1 punto olmalı; metin, Türkçe-İngilizce özet ve yararlanılan kaynaklar iki yöne yaslı olarak hizalanmalıdır. Metin tek satır aralığı kullanılarak yazılmalı, paragraflar arası 1 satır boşluk bırakılmalıdır.

- **Başlıklar**

Makale ana başlık ve alt başlıklardan oluşacak şekilde düzenlenmelidir.

- **Ana Başlık**

Times New Roman karakterinde, büyük harfler kullanılarak, kalın, 14 punto şeklinde Microsoft Word formatında olmalıdır. Yazar ismi, kısaltmaları, yazar ORCID numarası ve e-posta adresleri başlıktan sonra iki satır boşluk bırakacak şekilde yazılmalı ve yazar ismi küçük, soyadı büyük olacak şekilde 11 punto yazı karakterinde yazılmalıdır.

- **Öz**

300 kelimeyi geçmemeli ve “ÖZ” kalın, 11 punto olmalı, özet metni 11 punto olarak tüm metin Times New Roman yazı stilinde iki yana yaslı ve tek paragraf şeklinde Microsoft Word formatında yazılmalıdır. Anahtar kelimeler italik, kalın yazı tipinde ve 11 punto olmalıdır. Makaleye uygun en az üç en fazla beş anahtar kelimenin ilk harfleri büyük diğer harfleri küçük olacak şekilde yazılmalıdır. “ÖZ”de makalenin konusu, araştırma yöntemi ve sonucuyla ilgili kısa bilgiler verilmelidir.

- **Abstract**

Abstract ana başlık türkçe anahtar kelimelerden sonra iki satır boşluk bırakılarak yazılmalıdır. Times New Roman karakterinde, büyük harfler kullanılarak, kalın, 11 punto, iki yana yaslı ve tek paragraf şeklinde Microsoft Word formatında olmalıdır. 600 kelimeyi geçmemeli ve “ABSTRACT” kalın, 11 punto olmalı; tüm metin Times New Roman yazı stilinde Microsoft Word formatında yazılmalıdır. Abstract’taki anahtar kelimeler (keywords) italik, kalın yazı tipinde ve 11 punto olmalıdır. Makaleye uygun en az üç en fazla beş anahtar kelimenin(keywords) ilk harfleri büyük diğer harfleri küçük olacak şekilde yazılmalıdır. “ABSTRACT”ta makalenin konusu, araştırma yöntemi ve sonucuyla ilgili kısa bilgiler verilmelidir.

- **Bölümler**

Makalenin içeriğine göre oluşturulan bölüm alt başlıkları (GİRİŞ, KAVRAMSAL ÇERÇEVE, LİTERATÜR TARAMASI, ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ, BULGULAR, SONUÇ, ...gibi) hepsi büyük harf olacak biçimde, 11 punto ve kalın (bold) olmalıdır ve **numaralandırma kullanılmadan** yazılmalıdır.

- **Ana Metin**

Alt başlıklar 11 punto, kalın ve büyük harf kullanılarak yazılmalı ve metin kısmı 11 punto, Times New roman yazı stilinde Microsoft Word formatında olmalıdır. Makaleler tek sütun, iki yana yaslı olacak şekilde ve paragraf aralarında tek aralık olacak şekilde yazılmalıdır. İlk bölümün alt başlığı anahtar kelimelerden sonra bir satır boşluk bırakarak başlamalı ve bunu takip eden metin paragraflarında boşluk olmamalıdır. Makale Uzunluğu şekiller ve figürler ile birlikte 20 sayfayı geçmemelidir.

- **Tablo, Şekil, Grafik ve Resimler**

Metinde kullanılan tablo, şekil, grafik ve resimler yazar(lar) tarafından özgün olarak oluşturulmamış ise “kaynak” gösterilerek metin içinde kullanılabilir. Tablo, şekil, grafik ve resimler metin kısmına uyacak şekilde yerleştirilmeli ve başlıkları 11 punto ve ortalanarak yazılmalıdır. Metin içinde kullanılan tablo ve grafikler Tablo 1., Tablo 2./ Grafik 1., Grafik 2. ... vb gibi sıralanmalıdır. Tablo numaraları ve başlıklar tablodan önce olacak şekilde yazılmalıdır. Şekil, grafik ve resimlerin numaraları ve başlıkları kendinden(şekil, grafik ve resim) sonra altta olacak şekilde Şekil 1., Şekil 2./ Resim 1., Resim 2. ... vb gibi sıralanarak yazılmalıdır. Tablo, şekil, grafik ve resim başlıklarında kullanılan kelimelerin ilk harfleri büyük diğerleri küçük olacak şekilde oluşturulmalıdır.

- **Sonuç**

Başlık kalın, 11 punto, büyük harflerle ve metin kısmı da 11 punto Times New Roman yazı stilinde Microsoft Word formatında yazılmalıdır.

- **Makale içi referans gösterimi**

Makale içinde referans gösterimi APA (en son sürüm) kurallarına uygun olacak şekilde düzenlenmelidir.

APA referans kuralları için bakınız: <https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

Tek yazarlı kaynaklara referans: (Atılğan, 2015: 28) , (Atılğan, 2015: 28-32)

İki yazarlı kaynaklara referans: (Atılğan & Demir, 2015: 28), (Atılğan & Demir, 2015: 28-32)

Beş yazarlı kaynaklara ilk kez referans yapıldığında: (Atılğan, Demir, Çelik, Savaş & Yıldırım, 2015: 28)

Beş yazarlı kaynaklara ikinci kez veya daha fazla kez referans yapıldığında: (Atılğan vd., 2015: 28)

Beşten fazla yazarlı kaynaklara ilk kez referans yapıldığında: (Atılğan, Demir, Çelik, Savaş, Yıldırım....Işık, 2015: 28)

Beşten fazla yazarlı kaynaklara ikinci kez veya daha fazla kez referans yapıldığında: (Atılğan vd., 2015: 28)

İnternette referans yapıldığında: (Mills, 2012)

• **Kaynakça**

Makalede yararlanılan kaynaklar APA (en son sürüm) kurallarına uygun olacak şekilde düzenlenmelidir. APA kaynak gösterimi için bakınız:

<https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

Kaynakça başlığı 11 punto, kalın; kaynaklar ise aşağıda gösterilen biçimde alfabetik, numarasız yazılmalıdır. Ayrıca eser ismi(referans alınan kaynak) *italik* olmalıdır.

Tek yazarlı kitap

Tuncer, D. (1992). *Dağıtım Kanalları Sistemi*. Ankara: Gazi Yayınları.

İki yazarlı kitap

Turgut, M. F. & Y. Baykul. (1992). *Ölçekleme Teknikleri*. Ankara: ÖSYM Yayınları.

Editörlü kitap

Theberge, J. (Ed.). (1968). *Economics of Trade and Development*. New York: John Wiley.

Çeviri kitap

Morgan, L.H. (2015). *Eski Toplum*. (Oskay,Ü. Çev.), İstanbul: İnkılap Yayınevi.

Kitap bölümü

Ünlüer, A.O. (1988). Boş Zamanı Değerlendirme Açısından Kitle İletişim Araçlarının Ülkemizde Durumu. Demiray, U. (Ed.). *Kitle İletişim Araçları ve Boş Zaman*.(ss.71-113). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı.

Basılı dergi

Engin, B. H. (2016). Markalaşma Kavramı Çerçevesinde Marka Ederi. *Öneri Dergisi*. 12 (46): 277-294.

Elektronik dergi

Yengin, D. & Algül, A. (2018). Küreselleşme Bağlamında Sanal Gerçeklik Kullanımı. *Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC*. 10 (2): 155-126. doi: 10.7456/10902100.

Basılı Gazete

Kumcu, E. (2006, 11 Aralık). Büyüme yavaşlama sinyali veriyor. *Hürriyet Gazetesi*. s.9.

Elektronik Gazete

Mills, S. (2012, 16 Ekim). How Twitter is winning the 2012 US election. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/oct/16/twitter-winning-2012-us-election> (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2018).

Tez

Algül, N. (2006). *Sanat Tarihinde Mahmut Akok*. Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türk Sanatı Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Web sayfası

Yavuz, E. (2018, 7 Kasım). Zaman ve İnsan Üzerine. <https://dusunbil.com/zaman-ve-insan-uzerine>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2018).

Rapor

Taymaz, E. (2018). *Dijital Teknolojiler ve Ekonomik Büyüme Raporu*. (TÜSİAD-T/2018,10-600).

Elektronik Rapor

Taymaz, E. (2018). *Dijital Teknolojiler ve Ekonomik Büyüme Raporu*. (TÜSİAD-T/2018,10-600). <https://www.tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/10130-dijital-teknolojiler-ve-ekonomik-buyume-raporu>. (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2018).

İletişim Bilgileri:

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ DERGİSİ

Yayın Koordinatörlüğü, Prof. Dr. Deniz YENĞİN

- Makaleler elektronik ortamda İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi'nin aşağıdaki e-posta adresine gönderilmelidir.
 - İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, No: 38 Sefaköy, Küçükçekmece/İstanbul

Tel: (212) 4441428

Web: <https://iaud.aydin.edu.tr/tr/editorler-kurulu/>

E-mail: denizyengin@aydin.edu.tr

JOURNAL OF ISTANBUL AYDIN UNIVERSITY

Author's Guide

Author's may send their articles which are prepared in accordance with the below stated publishing and editorial principles, together with the "article presentation form" via e-mail to the provided addresses.

Providing the permissions of the authors (the main author or the rightful publishing house) is obligatory for the translated texts and articles as well.

The articles which are sent to their authors for further improvement and/or proofreading following the preliminary reviews and referee evaluations, should be edited accordingly and delivered back to the journal in one month at the latest.

On the other hand, the articles which are found to be conflicting with this guideline, will be returned to their authors for further proofreading and will not be issued.

Publishing Principles

Istanbul Aydin University Journal (IAUD) publishes works from a wide range of fields including but not limited to food and food technologies, architecture, interior architecture, industry and industrial optimization, textile and textile applications, electronics, image processing, information theory, electronic systems, power electronics, control theory, embedded systems, robotics, modeling, system design, multidisciplinary engineering, computer engineering, optical engineering, materials science, semi-material, heat and mass transfer; kinematic, dynamic, thermodynamic energy and its applications, renewable energy, environmental effects, structural analysis, fluid dynamics as well as history, art history, archeology, Turkish language and literature, educational sciences, distance education, communication sciences, graphic design, politics and international relations, law, behavioral sciences, dentistry, economics, business administration, finance, social policy and work relations , fine arts, foreign languages and literature, linguistics.

IAUD is a peer-reviewed journal which is published four times a year. Accepted articles are those which contain original theoretical and/or experimental studies as well as educational explanations related to fixed reference values.

IAUD Editorial Board is authorized to decide whether or not to accept articles through international peer-reviews.

General Rules

1. The language of the articles is Turkish and English
2. If there is an institution that supports the study, the last word of the article title should be placed on (*) and the information on the same page as the footnote should be given.
3. Manuscripts should not exceed 12.000 words including bibliography and annexes.
4. Articles should be organized according to the APA reference system. Please make sure that the references in the text are in the references

Writing Rules

- **Page Layout**

Margins: up 3,5; down 2,5; left 2,5; right 2 cm with 170 mm X 240 mm over all text space.

- **Type of Font**

Times New Roman style should be used. Turkish Abstract English Abstract should be in 11 pt, main text should be 10 pt. Text, Turkish-English abstract and the sources used should be justify. Text should be written using single line spacing, 1 line spacing between paragraphs should be left.

- **Headlines**

The manuscript should be composed of main headings and sub-headings.

- **Main Title**

Times New Roman character, using capital letters, bold and must be in Microsoft Word format in 14-pt format. Author name, abbreviations, author ORCID number and e-mail addresses should be written with two lines of space after the title and the name of the author should be written in 11 pt font size.

- **Abstract (ÖZ)**

The text should be written in 11-pt font in Times New Roman font style and in a single paragraph in Microsoft Word format. Must not exceed 300 words and should be bold, 11 pt. Keywords should be in italic, bold type and 11 pt. At least three, maximum five key words should be written with the first letter and the other letters with small letters. In abstract (ÖZ), subject of the article, research method and result should be given.

- **Abstract**

Abstract title should be written with two lines of space after Turkish keywords. Times New Roman should be in bold, 11 pt, justified, and in single word Microsoft Word format using capital letters. Should not exceed 600 words and abstract should be bold, 11 pt. and all text should be written in Microsoft Word format in Times New Roman style. Keywords in abstract should be in italic, bold type and 11 pt. At least three, maximum five key words should be written with the first letter and the other letters with small letters. In abstract, subject of the article, research method and result should be given.

- **Sections**

Section subtitles (INTRODUCTION, CONCEPTUAL FRAME, LITERATURE SCANNING, RESEARCH METHODOLOGY, FINDINGS, CONCLUSION, etc), which are formed according to the content of the article, should be all uppercase, 11 pt and bold, and they should be typed without numbering.

- **Main Text**

Subtitles should be written in 11 pt, bold and capital letters and the text should be in 11 pt., Times New Roman style in Microsoft Word format. Articles should be written in a single column, justified, and in a single space between paragraphs. The subtitle of the first section should start with a line space after the keywords and there should be no spaces in the following paragraphs. Article length must not exceed 20 pages with shapes and figures

- **Tables, Figures, Graphics and Pictures**

If the tables, figures, graphics and pictures used in the text are not originally created by the author (s), they can be used in the text by showing "source". Tables, figures, graphics and pictures should be placed to fit the text and the headings should be written in 11 font size and centered. Tables and graphs used in the text should be listed as Table 1., Table 2. / Chart 1., Chart 2. etc. and so on. Table numbers and titles should be written before the table. Figures, graphics and pictures of the numbers and the headers (figure, graphic and picture) then the bottom of the Figure 1., Figure 2. / Picture 1., Picture 2. etc. should be written as ordered. The first letters of the words used in the tables, figures, graphics and image titles should be initials large and the others are small.

- **Conclusion**

- The title should be written in bold, 11 pt, capital letters and text in 11 pt. Times New Roman style in Microsoft Word format.

- **In-article Reference Representation**

Reference within the article should be arranged in accordance with the APA rules.

See the APA reference guidelines: <https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

Reference to single authored sources: (Atılğan, 2015: 28) , (Atılğan, 2015: 28-32)

Reference to sources with two authors: (Atılğan & Demir, 2015: 28), (Atılğan & Demir, 2015: 28-32)

When reference is made to sources with five authors for the first time: (Atılğan, Demir, Çelik, Savaş & Yıldırım, 2015: 28)

When reference is made to sources with five authors for a second time or more: (Atılğan vd., 2015: 28)

When references to resources with more than five authors are made for the first time: (Atılğan, Demir, Çelik, Savaş, Yıldırım...Işık, 2015: 28)

Reference to sources with more than five authors for the second time or more times: (Atılğan vd., 2015: 28)

When reference is made from the Internet: (Mills, 2012)

- **Bibliography**

Reference within the article should be arranged in accordance with the APA rules.

See the APA reference guidelines: <https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

Single Author Book

Tuncer, D. (1992). *Dağıtım Kanalları Sistemi*. Ankara: Gazi Yayınları.

Two Authors Book

Turgut, M. F. & Y. Baykul. (1992). *Ölçekleme Teknikleri*. Ankara: ÖSYM Yayınları.,

Edited Book

Theberge, J. (Ed.). (1968). *Economics of Trade and Development*. New York: John Wiley.

Translation Book

Morgan, L.H. (2015). *Eski Toplum*. (Oskay,Ü. Çev.), İstanbul: İnkılap Yayınevi.

Part of Book

Ünlüer, A.O. (1988). Boş Zamanı Değerlendirme Açısından Kitle İletişim Araçlarının Ülkemizde Durumu. Demiray, U. (Ed.). Kitle İletişim Araçları ve Boş Zaman.(ss.71-113). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı.

Published Magazine

Engin, B. H. (2016). Markalaşma Kavramı Çerçevesinde Marka Ederi. Öneri Dergisi. 12 (46): 277-294.

Electronic Magazine

Yengin, D. & Algül, A. (2018). Küreselleşme Bağlamında Sanal Gerçeklik Kullanımı. Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC. 10 (2): 155-126. doi: 10.7456/10902100.

Published Journal

Kumcu. E. (2006, 11 Aralık). Büyüme yavaşlama sinyali veriyor. Hürriyet Gazetesi. s.9.

Electronic Journal

Mills, S. (2012, 16 Ekim). How Twitter is winning the 2012 US election. The Guardian. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/oct/16/twitter-winning-2012-us-election> (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2018).

Dissertation

Algül, N. (2006). *Sanat Tarihinde Mahmut Akok*. Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türk Sanatı Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Web Page

Yavuz, E. (2018, 7 Kasım). Zaman ve İnsan Üzerine. <https://dusunbil.com/zaman-ve-insan-uzerine>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2018).

Report

Taymaz, E. (2018). *Dijital Teknolojiler ve Ekonomik Büyüme Raporu*. (TÜSİAD-T/2018,10-600).

Electronic Report

Taymaz, E. (2018). Dijital Teknolojiler ve Ekonomik Büyüme Raporu. (TÜSİAD-T/2018,10-600). <https://www.tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/10130-dijital-teknolojiler-ve-ekonomik-buyume-raporu>. (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2018).

Contact Information:**Journal of İstanbul Aydın University****Editorial Board, Prof. Dr. Deniz YENĞİN**

- The articles should be sent to the below e-mail address.

İstanbul Aydın University, Faculty of Communication
Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, No: 38
Sefaköy, Küçükçekmece/İstanbul

Tel: (212) 4441428

Web: <https://iaud.aydin.edu.tr/tr/editorler-kurulu/>

E-mail: denizyengin@aydin.edu.tr



KÜTÜPHANE VE BİLGİ MERKEZİMİZ 7/24 HİZMET VERİYOR



56.000
Basılı Kaynak



1.000.000
E-Kaynak



Engelsiz
Kütüphane



Mobil
Uygulamalar

24/7

- Kütüphane 7/24/365 gün hep açık
- 75.000 aylık kullanıcı
- Mimarlık ve Mühendislik Fakültesi için çizim salonları
- Kafeterya



instagram: kutuphaneiau



twitter.com/iaukutuphane



facebook.com/iaukutuphane