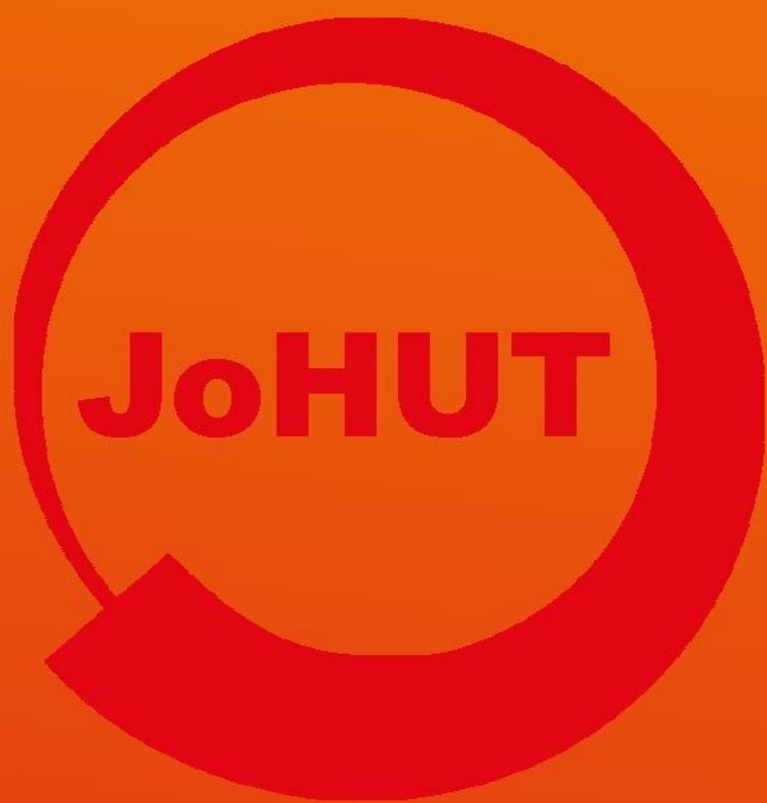


**Journal of
Humanities and Tourism
Research**



Year : 2020
Volume : 10
Issue : 3

ISSN: 2717-7092

**JoHUT
FOR
JOURNALS**



Journal of Humanities and Tourism Research

ISSN: 2717-7092

Cilt: 10

Sayı: 3

2020

Vol.10

No.3

<http://johut.karabuk.edu.tr/>

DERGİ HAKKINDA

Journal of Humanities and Tourism Research (JoHUT) açık erişimli, hakemli, yılda dört kere Mart, Haziran, Eylül ve Aralık aylarında yayımlanan bilimsel bir dergidir. Karabük Üniversitesi yayını olan dergi 2010 yılından beri yayımlanmaktadır. 2020 yılı 10 cilt itibarıyla eski adı Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (Karabük University Journal of Institute of Social Sciences / JOISS) olan derginin adı Journal of Humanities and Tourism Research olarak değiştirilmiştir. JoHUT uluslararası bir dergi olup uluslararası endekslerde taranmaktadır. Beşeri bilimler ve turizm alanında yapılan araştırmaları yayımlama ve bilim insanlarının hizmetine sunmayı amaçlayan JoHUT, Türkçe ve İngilizce dillerinde yayın yapmaktadır.

ABOUT THE JOURNAL

The Journal of Humanities and Tourism Research (JoHUT) is an open-access, refereed scientific journal published quarterly in March, June, September and December. The Journal, which is a periodical of Karabük University, has been published since 2010. Starting from the 10th volume of 2020, the Journal has changed its name from Karabük University Journal of Institute of Social Sciences (JOISS) to Journal of Humanities and Tourism Research. JoHUT is an international journal and indexed internationally. JoHUT, which aims to distribute research in humanities and tourism for the service of scientists, publishes manuscripts in Turkish and English.

EDITOR

Prof. Dr. Nuray TÜRKER nturker@karabuk.edu.tr

EDİTÖR YARDIMCILARI / ASSOCIATE EDITORS

Assoc. Prof. Dr. Cenk Murat KOÇOĞLU cmkocoglu@karabuk.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Önder DENİZ (Uşak University) onder.deniz@hotmail.com.tr

YAYIN KURULU / SCIENTIFIC COMMITTEE

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU (Van Yüzüncü Yıl University)

Prof. Dr. Rainer M. CZICHON (Uşak University)

Prof. Dr. Dilşen İnce ERDOĞAN (Aydın Adnan Menderes University)

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ (İstanbul Gelişim University)

Prof. Dr. Ilze IVANOVA (University of Latvia/Latvia)

Prof. Dr. Iveta KOVALCIKOVA (University of Presov/Slovakia)

Prof. Dr. Karl KUNST (Vienna Institute for Archeological Science/Austria)

Prof. Dr. Voon Chin PHUA (Gettysburg College/USA)

Prof. Dr. Dirk WICKE (Goethe University/Germany)

Assoc. Prof. Dr. Eka DEVIDZE (European University/Georgia)

Dr. Maria PRODROMOU (European University/Cyprus)

DİL EDİTÖRÜ / LANGUAGE EDITOR

Jesse E. SHIRCLIFF

BU SAYININ HAKEMLERİ / REFEREES OF THIS ISSUE

Prof. Dr. Nuray Türker	Karabük University
Assoc. Prof. Dr. Nurettin Ayaz	Karabük University
Assoc. Prof. Dr. Muhammet Belen	Karabük University
Assoc. Prof. Dr. Sinem Çambay	Ege University
Assoc. Prof. Dr. Önder Deniz	Uşak University
Assoc. Prof. Dr. Şadiye Deniz	Ege University

Assoc. Prof. Dr. Taşkın Deniz	Karabük University
Assoc. Prof. Dr. Oğuz Diker	Çanakkale 18 Mart University
Assoc. Prof. Dr. Yasin Dönmez	Karabük University
Assoc. Prof. Dr. Özlem Duğan	Uşak University
Assoc. Prof. Dr. Mustafa İnce	Karabük University
Assoc. Prof. Dr. Cenk Murat Koçoğlu	Karabük University
Assoc. Prof. Dr. Ali Korkmaz	Erciyes University
Assoc. Prof. Dr. Mustafa Özgür Seçim	Aydın Adnan Menderes University
Assoc. Prof. Dr. Fatih Türkmen	Karabük University
Dr. Özlem Özer Altundağ	Karabük University
Dr. Can Biçer	Karabük University
Dr. Raşit Çolak	Uşak University
Dr. Turabi Karadağ	Üsküdar University
Dr. Ayşe Kurtlu	Karabük University
Dr. Onur Öksüz	Akdeniz University
Dr. Salih Tiryaki	Selçuk University
Dr. Berk Yıldız	Zonguldak Bülent Ecevit University
Mehmet Uçar	Karabük University

Printing Assistants

Mehmet UÇAR - R.A İbrahim YILMAZ



Journal of Humanities and Tourism Research

ISSN: 2717-7092

Cilt: 10

Sayı: 3

2020

Vol.10

No.3

<http://johut.karabuk.edu.tr/>

İçindekiler / Contents

-
- Karayolu Tehlikeli Madde Taşımacılığı Kapsamında Tünel Güvenliği ve Risk Analizi**
Tunnel Safety and Risk Analysis within the Scope of Dangerous Goods Transport on Roads
Alp GEYİK, Saliha ÇETİNYOKUŞ 492-510
- Trabzonspor Futbol Takımının Medyada Konumlandırılması: Trabzon Örneği**
The Positioning of Trabzonspor Sports Club on Media: The Case of Trabzon
Olgun KÜÇÜK, Mevlüt Can KOÇAK 511-520
- Karabük İlindeki Rekreasyon Alanlarının Coğrafi Dağılışı**
Geographical Distribution of Recreational Areas in Karabük Province
Özgür GÖKMEN, İbrahim EGE 521-537
- Lise Öğrencilerinde Dijital Oyun Bağımlılığı Üzerine Bir Alan Araştırması: Uşak Örneği**
Field Research of Digital Game Addiction in High School Students: The Case of Uşak
Öykü Ummuhan SOYÖZ-SEMERCI, Emre Vadi BALCI 538-567
- Sosyal Medyada Black Friday Reklamlarının Görünürlüğü Üzerine Bir Analiz: Hepsiburada ve Trendyol Örnekleri**
An Analysis on the Visibility of Black Friday Ads on Social Media: Hepsiburada and Trendyol Examples
Kadriye ONBAŞ 568-586

**BİST Gıda ve İçecek Sektöründe Nakit Akım Odaklı Finansal Performansın
TOPSIS ve ARAS Yöntemleri ile Karşılaştırmalı Ölçümü***

Comparative Measurement of Cash Flow Based Financial Performance in BIST Food
and Beverage Sector with TOPSIS and ARAS Methods

Hasan UYGURTÜRK, Eyüp YILKAN 587-609

Üniversite Öğrencilerinin Destinasyon İmajı Algısı: Sinop İli Örneği

University Students' Perception of Destination Image: The Case of Sinop

Nurettin AYZAZ, Recep BAKAR 610-626

**The Use of Metadiscourse Markers in the Academic Writing of Hard and Soft
Domains**

Üstsöylem Belirleyicilerinin Fen ve Sosyal Bilimler Alanlarındaki Akademik
Yazımlarda Kullanımı

Mohammad M. ALIA, Nayef J. JOMAA, Kamariah YUNUS 627-644

Evaluation of the Sous Vide Technique in terms of Quality and Safety

Kalite ve Güvenlik Kavramları Bağlamında Sous Vide Tekniğinin Değerlendirilmesi

Oğuz DİKER 645-654

Covid 19'un Birleşik Krallık'taki Şirketlere Etkisi Üzerine Görgül Bir Araştırma

The Effect of Covid-19 on the Companies in the United Kingdom

Muhammet Ali YETGİN 655-663

**Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel İnovasyon Algılarının Bölüm
Memnuniyetine Etkisi**

The Impact of Individual Innovation Perceptions of Tourism Faculty Students on
Department Satisfaction

Hüseyin KELEŞ, Kevser ÇINAR, Halil AKMEŞE 664-679

**Karşılaştırmalı Bir Kültürel Coğrafya Araştırması: Bulak ve Yazıköy (Safranbolu)
Kırsalında Keşkek Yapımı ve Kültürü**

A Comparative Cultural Geography Research: Keşkek Production and Culture in
Bulak and Yazıköy (Safranbolu) Countryside

Taşkın DENİZ, Burhan YAVAŞ 680-689

**Kadın Hareketleri ve Medya: 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nün Ulusal Gazetelerde
Temsili Üzerine Bir Analiz**

Women's Movements and Media: An Analysis of the Representation of the 8th March
International Women's Day in the National Newspapers

Elif Ceyda ALBAYRAK, Didem DENİZ ANAMUR 690-709

Öğretmenlerin Öz Yeterliklerinin Politik Becerilerine Etkisi

Effects of Teachers' Self-Efficacy on Political Skills

Veysel SÜMER, Ayşe İpek KOCA BALLI 710-725

Türk Sinemasında Din Adamlarının Sunumu: Kemal Sunal Filmlerindeki Dini Karakterler Üzerine Bir İnceleme

Presentation of the Clergy in Turkish Cinema: A Review of Religious Characters in Kemal Sunal Films

Mustafa İNCE, Mesut YILMAZ 726-741



Karayolu Tehlikeli Madde Taşımacılığı Kapsamında Tünel Güvenliği ve Risk Analizi

Tunnel Safety and Risk Analysis within the Scope of Dangerous Goods Transport on Roads

Alp GEYİK¹, Saliha ÇETİNYOKUŞ²

Özet

Karayolu ulaştırma altyapısında tüneller, coğrafi kısıtların aşılabilesine olanak tanınmaları nedeniyle büyük sosyal ve ekonomik öneme sahip özel ulaşım yapılarıdır. Kesintisiz hizmet sunan bu yapılarda güvenlik ise güncelliğini koruyan önemli bir konudur. Geçmiş kazalar, karayolu tünellerindeki güvenliğin sorgulanması gereksinimini doğurmuştur. Uluslararası düzeyde tünel güvenliğinin sağlanmasına yönelik yaklaşımlar geliştirilmeye çalışılmış, uygulamaların standartlaştırılması amaçlanmıştır. Bu çalışma kapsamında karayolu tünel güvenliğinin, en riskli tehlikeli madde taşımacılığı özelinde değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Öncelikle dünya genelinde mevcut durum ve uluslararası mevzuat değerlendirilmiş, ülkelerin uygulamaları incelenmiştir. Ardından ülkemiz için konuya yönelik durum tespiti yapılarak olası problemler özetlenmiş, çözüm ve öneriler sunulmuştur. Çalışmada ayrıca, tünelde LPG taşımacılığı için ALOHA (Areal Locations of Hazardous Atmospheres- Tehlikeli Atmosferlerin Bölgesel Yerleri) yazılımı üzerinden örnek bir uygulama gerçekleştirilmiştir. Uygulamada, Senaryo (i): Yangın meydana gelmeden kimyasal kaçağın olduğu durum, Senaryo (ii): Kimyasal kaçağı sonrası jet yangını görüldüğü durum ve Senaryo (iii): BLEVE (Kaynayan sıvı genleşen buhar bulutu patlaması) üzerinden yangın, patlama ve toksik yayılım etkileri modellenmiştir. En geniş etki mesafeleri BLEVE sonucunda kırmızı, turuncu ve sarı tehlike bölgeleri için sırasıyla 10kW/sq m (60 saniye içinde potansiyel ölüm) =355m, 5.0kW/sq m (60 saniye içinde ikinci derece yanıklar) =502m ve 2kW/sq m (60 saniye içinde acı) =781m olarak belirlenmiştir. Ücretsiz bir yazılım olan ALOHA'nın, karayolu tehlikeli madde taşımacılığı uygulayıcı ve denetleyicileri için pratik olarak kullanılabilceği gösterilmiştir. Tehlikeli maddelerin tünellerden geçişi, önceden senaryolar üzerinden modellenerek uygun yol güzergâhı belirlenebilir. Böylece, tehlikeli madde taşımacılığında zaman kaybı ve maddi giderler bertaraf edilebilecektir.

Anahtar Kelimeler: Karayolu ulaşımı, tünel güvenliği, tehlikeli madde taşımacılığı, risk analizi, ALOHA yazılımı

Abstract

Tunnels are specific transport structures having great social and economic importance in road transport infrastructure due to their ability to overcome geographical limitations. Safety is an important issue in these structures since they provide uninterrupted service. Past accidents have led to the need to question the safety of road tunnels. Approaches for providing international-level tunnel safety have been developed and are intended to be standardized practices. In the study, it was aimed to evaluate the safety of road tunnels in terms of the riskiest, dangerous goods being transported. First,

¹Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Türkiye
²Gazi Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Ankara, Türkiye

ORCID:

A.G.: 0000-0003-1836-7401

S.Ç.: 0000-0001-9955-6428

Corresponding Author:

Alp GEYİK

Email:

alpgeyik@yahoo.com

Citation: Geyik, A. ve Çetinyokuş, S. (2020). Karayolu tehlikeli madde taşımacılığı kapsamında tünel güvenliği ve risk analizi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 492-510.

Submitted: 21.05.2020

Accepted: 28.05.2020

the current situation in the world and international legislation were evaluated and country practices were examined. Afterwards, due diligence was made for our country, possible problems were summarized, and solutions and suggestions were presented. Besides, a case study was carried out through the ALOHA (Areal Locations of Hazardous Atmospheres) Software for the transportation of dangerous goods in the tunnel. In practice, the effects of fire, explosion and toxic dispersion were modelled on the scenarios of (i) a leaking tank where a chemical is not burning as it escapes into the atmosphere, (ii) a leaking tank, where a chemical is burning like a jet fire and (iii) BLEVE (Boiling Liquid Expanding Vapor Explosion), the tank explodes and the chemical burns in a fireball. The largest effect distances of BLEVE for red, orange and yellow threat zones were 10kW / sq m (potentially lethal within 60 sec) =355m, 5.0kW / sq m (2nd-degree burns within 60 sec) =502m and 2kW / sq m (pain within 60 sec) =781m, respectively. It has been shown that ALOHA, a free software, can be used practically to manage road hazards. The passage of hazardous materials through tunnels can be modelled on scenarios in advance and an appropriate road route can be determined. Thus, wastes of time and material expenses in dangerous goods transportation can be eliminated.

Keywords: Road transport, tunnel safety, dangerous goods transportation, risk analysis, ALOHA Software

1. GİRİŞ

Karayolu ağında kapasite anlamında arzın kısıtlı talebin yoğun olduğu kesimlerde inşa edilen tüneller, özellikle üretilen mal ve hizmetlere zaman ve mekân faydası sağlamaları ile yoğun bir şekilde ticari trafik talebine maruz kalırlar. Tehlikeli madde taşımacılığı bu talebin bir parçasıdır ve miktarı sürekli artmaktadır. Eurostat verilerine göre AB-28 ülkeleri genelinde tehlikeli madde taşınımı 2013 – 2017 yılları arasında her yıl artarak 75 milyar ton-km'den 82 milyar ton-km'ye ulaşmıştır. 2017 yılı verilerine göre tehlikeli madde taşımacılığının ülke genel ulaşımı içindeki oranı AB-28 için %4 civarındadır. Bu durum, karayolu tünellerinde güvenliği tehdit eden tehlikeli madde taşımacılığı kaynaklı kaza risk potansiyelinin artacağına dikkat çekmektedir.

Tüneller, dış ortamdan izole kapalı bir hacim içinde hizmet veren yapılardır ve bu durum ciddi kazaların yaşanmasına neden olmaktadır. Fransa'daki Mont Blanc tünel yangını (1999 yılı, 39 ölü), Avusturya'daki Tauern tünel kazası (1999 yılı, 12 ölü), İsviçre'deki Gothard tünel yangını (2001 yılı, 11 ölü) ve yine İsviçre'deki Viamala tünel kazası ve akabinde çıkan yangın (2006 yılı, 9 ölü) deneyimlenmiş önemli tünel kazalarındandır. Söz konusu kazalar gerek insani gerek ekonomik sonuçları ile afet boyutlarına ulaşmıştır.

Kazaların %100 önlenbilmesinin olanaksız olması ve tünellerin yapısal karakteristikleri, kazaları özellikle tehlikeli madde taşımacılığına açık tünellerde ciddi bir güvenlik sorunu haline getirmektedir. Tünellerde güvenlik, tünel tasarımına ilişkin minimum standartlar, tehlikeli maddeler özelinde sınıflandırma, muhafaza, işaretleme ve taşıma gereksinimlerini tanımlayan uluslararası anlaşmalar ve bilimsel çalışmalar ile farklı perspektiflerden irdelenerek global bilgi düzeyi artırılmaya çalışılmaktadır. Bu çalışmalar, karayolu tünellerinde tehlikeli madde taşımacılığı kapsamında güvenliğin; planlamadan tasarıma, işletmeden iyileştirmeye her aşamada risk değerlendirmesi, güvenlik denetimleri, güvenlik uygulamaları gibi iyi geliştirilmiş araçlar içeren bütünlük bir yaklaşımla istenen hedef seviyeye çekilebileceğini ortaya koymaktadır.

Tehlikeli maddelerin karayolu tünelleri yoluyla taşınması ile ilgili risklerin yönetilmesi birçok ülkede ciddi sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Oldukça karmaşık yapıdaki bu sorunlara çözüm bulmak için, herhangi bir organizasyonda veya ülkede bulunanın ötesinde çeşitlilik içeren bilimsel deneyimler ve güçlü finansal destek önem arz etmektedir. Bu nedenle, OECD (The Organisation for Economic Co-operation and Development) "Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü" nün Karayolu Taşımacılığı ve Intermodal Bağlantıları Araştırma Programı ve PIARC (World Road Association) Dünya Karayolu Birliği'nin Karayolu Tünelleri Komitesi ve Avrupa Komisyonu'nun önemli katkıları ile bir araştırma projesi başlatılmıştır. Araştırma sonuçları tehlikeli maddelerin karayolu tünelleri yoluyla taşınmasına ilişkin hem düzenleyici hem de teknik çözümleri içeren kapsamlı bilgiler sunmuştur. Araştırmanın en önemli çıktısı tehlikeli maddelerin bir tünelden ya da tünel harici alternatif bir güzergahtan geçirilmesi durumuna yönelik risklerin

karşılaştırılmasına olanak veren kantitatif/nicel bir risk değerlendirme (QRA- Quantitative Risk Assessment) modelinin geliştirilmesidir. Bunun yanı sıra, karar vericilerin QRA sonuçlarını diğer ilgili verilerle birleştirmelerini sağlayan bir karar destek modeli (DSM- Decision Support Model) geliştirilmiştir (OECD ve PIARC, 2001). Bu çalışma, karayolu tünellerinde güvenlik ve risk analizi konusunda küresel ölçekte ana altlık oluşturan referans çalışma olma niteliğini halen korumaktadır.

Benzer yapıdaki oluşumlarla konu araştırılmaya, mevcut bilgi birikimi yeni açılımlarla artırılmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda, PIARC “Karayolu Tünel İşletmesi Teknik Komitesi” bünyesinde oluşturulan ve alanda lider sekiz ülkeden araştırmacıları içeren “Karayolu Tünel Güvenliği Yönetimi” çalışma grubunca karayolu tünellerinde risk analizi ve risk değerlendirmesine yönelik uygulama yaklaşımlarına odaklanan araştırmalar gerçekleştirilmiştir (PIARC 2008, 2012). Bu çalışmalarda, karayolu tünellerinde güvenlik kavramına hem karayolu yük taşımacılığı hem de tehlikeli madde taşımacılığı özelinde yaklaşılmış, ülkelerin geliştirdikleri farklı uygulamalar bir araya getirilerek irdelenmiş, üye ülkelere tavsiye niteliğinde uygulama örnekleri ile farklı alternatif yaklaşımlar sunulmuştur.

Bu tür uluslararası çalışmalar sonrasında daha spesifik konular üzerine odaklanan çalışmalarla literatürde karşılaşılmaktadır. Xia vd. tarafından yürütülen çalışmada, 202 tehlikeli madde taşımacılığı kazası analiz edilmiş, 8: 00-10: 00 zaman diliminde kazaların sık ve çoğunun otoyolda meydana geldiği, kaza bir tünel içinde meydana geldiğinde daha ciddi sonuçlara yol açtığı belirtilmiştir. Ayrıca, tehlikeli madde kazalarının başlıca nedenlerinin sürücülerin yanlış tutumu ve araç arızası olduğu, patlamalar ve yangınların en ciddi kaza sonuçlarına neden olduğu vurgulanmıştır(Xia vd., 2020). Bing vd. tarafından yürütülen çalışmada, bir karayolu tünelinin işletme aşamasında güvenlik risk değerlendirmesi ve yönetimini gerçekleştirmek için endeks sistemi ve değerlendirme yöntemi oluşturulmuştur. Endeks puanları bulanık kapsamlı değerlendirme modelinden elde edilmiş ve genel güvenlik risk derecesi belirlenmiştir. Değerlendirme seviyesi III veya daha yüksek ise özel risk değerlendirmesi ve emniyet riski çözüm önlemleri uygulanması gereği vurgulanmıştır (Bing vd., 2020). Karayolu tünellerinin çalışma güvenliği, karmaşık bir insan-araç-tünel-çevre sistemi tarafından yönetilir ve birçok faktörden etkilenir. Bu sürecin değerlendirilmesi karmaşıktır ve belirli tünele özgüdür. Chen vd. tarafından yürütülen çalışmada, karayolu tünellerinin işletme güvenliği derecelendirme, risk değerlendirme ve esneklik değerlendirilmesi ele alınmış ve yeni bir karayolu tüneli işletme güvenliği esnekliği kavramı önerilmiştir (Chen vd., 2020). Yanıcı sıvıların karayolu ile taşınması, konum ve çevrenin zamanla değişen koşulları nedeniyle büyük belirsizliğe sahiptir ve bu da zor risk analizine yol açmaktadır. Liv vd. tarafından bulanık Bayesian ağına (FBN) dayalı karayolu tanker taşımacılığı için gerçek zamanlı bir risk analizi yöntemi önerilmiştir. Çalışma, bu yöntemin karayolu tanker taşıma kazalarının hem olasılıklarındaki hem de sonuç seviyelerindeki değişiklikleri dinamik olarak karakterize edebileceğini göstermiştir(Liv vd., 2020). Türkmen vd. tarafından Tehlikeli Madde Taşımacılığı (DGT) risklerinden etkilenebilecek varlıklar, 5 ana kriter altında sınıflandırılmıştır. Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) yöntemi ile pilot alanda rota seçilirken alternatif yollar ve tüneller arasında riske dayalı bir seçim oluşturulmuştur(Türkmen vd., 2019). Tauern Tüneli özelinde yürütülen nicel risk değerlendirmesi çalışmasında, OECD/PIARC-QRA modelinin örnek olay uygulaması gerçekleştirilmiş, Tauern Tünelinde uygulanmakta olan acil durum havalandırma sistemi ile Fransız yetkililerce Mont Blanc tüneline gerçekleştirilen ağır taşıtlar arasında minimum 150 m takip mesafesini zorunlu kılan uygulamanın tünel güvenliği üzerine etkileri irdelenmiştir. Çalışma kapsamında elde edilen QRA sonuçları doğrultusunda her iki uygulamanın da tünel güvenliğinde ağır taşıt trafiği kaynaklı riskin düşürülmesinde önemli bir potansiyele sahip olduğu belirlenmiştir (Knoflach vd., 2002). İtalya’da yürütülen bir çalışmada, Avrupa Birliği’nin ilgili direktifi doğrultusunda karayolu tünellerine yönelik minimum

standartları sağlayan tek yönlü trafiğe açık tünellerde, tehlikeli madde taşıyan taşıtların ağır taşıtlar içindeki oranlarının değişiminin tünel güvenliği üzerine etkisi araştırılmıştır. Sonuçların beklenen değer (EV) ve F-N grafiği kapsamında sosyal risk olarak ifade edildiği çalışmada, tehlikeli madde taşıyan taşıt oranındaki değişimle risk seviyesi arasında doğrusal bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur. Bu sonuç, trafik verilerinin, tünel işletmesinden sorumlu karar vericilere tünelin tehlikeli madde taşımacılığına açılmasına ilişkin düzenlemelerin planlamasında (belirli saatlerde kısıtlamalar getirilmesi, tamamen serbest bırakılması ya da yasaklanması gibi) kritik öneme sahip olduğunu göstermiştir (Caliendo ve De Guglielmo, 2016). Tek yönlü trafiğe hizmet veren tünellerde, tehlikeli madde taşımacılığı kaynaklı risk değerlendirmesine yönelik basitleştirilmiş bir metot geliştirilmesine dayanan ve QRAM ilkelerini temel alan bir çalışma daha yürütülmüştür. Çalışma kapsamında risk seviyesi, tünel uzunluğunun, yıllık ortalama günlük trafik değerinin, trafikteki ağır taşıt ve tehlikeli madde taşıyan taşıt yüzdesinin bir fonksiyonu olarak beklenen değer (EV) cinsinden tahmin edilmiştir. Geliştirilen metotla trafikteki tehlikeli madde taşıyan taşıt oranının yüksek olduğu özellikle zirve saat koşullarında, tünel işletmesinden sorumlu yetkililerin trafik yönetimine ilişkin daha isabetli kararlar alacağı belirtilmiştir. Risk seviyesini düşürmek amacıyla trafiğe zaman temelli kısıtlamaların getirilmesi ya da koruma aracı eşliğinde geçiş zorunluluğu gibi uygulamaların yapılabileceği önerilmiştir (Caliendo ve De Guglielmo, 2017).

Karayolu tünellerine yönelik risk değerlendirmesi konusunda normatif ve risk temelli nitel, yarı-nitel ve nicel teknikler mevcuttur. İlgili AB direktifi doğrultusunda, minimum güvenlik kriterlerini sağlayan bir tünele ilişkin belirli trafik ve kaza verileri temel alınarak gerçekleştirilen farklı yaklaşımlarla risk analizlerinin sonuçlarının karşılaştırıldığı çalışmada, ideal risk değerlendirme ve karar alma mekanizmasının şartlara göre değişim gösterdiği belirtilmiştir. Zaman ve veri kısıtı altında, nitel ve yarı-nitel yaklaşımlar risk durumuna ilişkin genel bir bakış açısının hızlı bir şekilde elde edilebilmesi açısından; risk azaltma eylemlerinin belirlenebilmesi anlamında ise nicel (QRA) risk analiz teknikleri önemli bulunmuştur. Genel risk değerlendirme metodolojisinde şartlara göre her iki metodun birlikte değerlendirilmesi gereği belirtilmiştir (Benekos ve Diamantidis, 2017). San Demetrio tüneline yönelik bir örnek olay üzerinden karayolu tünellerinde ciddi trafik kazalarına yönelik risk analizi çalışması gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında, en kötü senaryonun tehlikeli madde taşıyan taşıtların dahil olduğu durumlar olduğu düşünüldüğünden OECD/PIARC QRAM modeli kullanılmıştır. Tünele ilişkin kaza durumunda risk üzerinde önemli etkisi olan akan ve tıkalı trafik içinde yol kullanıcı yoğunluğu, trafikteki otobüs gibi potansiyel insan yoğun taşıt oranı, şerit sayısı, ortalama taşıt doluluğu gibi parametreler belirlenmiştir. Tıkanan trafik uzunluğunun kaza sonrası tünelin en kısa sürede trafiğe kapatılmasını ve kaza senaryosunun oluşum frekansını etkilediği; tehlikeli madde trafiğinin ve trafikteki ağır taşıt oranının, ilgili kesimdeki ağır taşıtların karıştığı kazaların frekansını etkilediği; tehlikeli madde trafiği içerisinde her bir tehlikeli madde türünün ise tünel güvenliği üzerinde büyük etkisi olduğu tespit edilmiştir (Bontempi ve Gkoumas, 2016). Marjinal yapısal tasarım özelliklerine sahip beş karayolu tüneline yönelik yürütülen nicel risk analizi (QRA) sonuçlarına dayanan çalışmada minimum güvenli tasarım standartları ile tünel güvenliği arasındaki ilişki ortaya konulmuştur. İlgili AB direktifinin (2004/54/EC) özel taşıtlar ve hafif ticari araçlar için yeterli güvenli trafik ortamını büyük oranda sağlandığı, ağır taşıt trafiğinin özellikle de tehlikeli madde taşıyan taşıtların tünele ilişkin F-N grafiklerinde risk seviyelerini önemli derecede yükselttiği belirlenmiştir. Tünel uzunluğunun > 3000 m olduğu durumda, risk seviyesi kabul edilebilir limitlerin üzerine taşınmıştır. Bu durum, tasarım özelliklerine ek güvenlik tedbirlerinin (hız limitlerinin düşürülmesi, minimum takip mesafesi zorunluluğu getirilmesi, öndeki taşıtı geçiş yasağı getirilmesi gibi) alınmasının gerekliliğini ortaya koymuştur. QRA'nın hem tünel hem de olası alternatif güzergahlar için gerçekleştirilmesinin, güvenli tünel işletmeciliğine yönelik en

doğru kararın alınması için kaçınılmaz bir ihtiyaç olduğu belirtilmiştir (Kirytopoulos ve ark., 2010).

Bu çalışmada, karayolu tünel yapılarında tehlikeli madde taşınmasına ilişkin risk analizi üzerine uluslararası mevzuat ve ülke uygulamaları değerlendirilerek ülkemize yönelik çözüm ve önerilerin sunulması amaçlanmıştır. Ardından bir çözüm önerisi olarak, tipik bir LPG aracı özelinde nicel sonuç analizine ilişkin modelleme çalışması yürütülmüş, muhtemel sonuçlar (patlama, yangın, toksik yayılım) değerlendirilmiş ve sonuçların karayolu tünel güvenliğine önemli katkıları sıralanmıştır.

2. TEHLİKELİ MADDELERİN KARAYOLUNDA TAŞINMASINA YÖNELİK ULUSLARARASI MEVZUAT

Sadece tünelleri değil tüm karayolu ulaşımını kapsar nitelikte tehlikeli maddelerin taşınmasına ilişkin en temel düzenleme 29 Ocak 1968'de yürürlüğe giren ADR (European Agreement Concerning the International Carriage of Dangerous Goods by Road) "Tehlikeli Maddelerin Karayolu ile Uluslararası Taşınmasına Yönelik Avrupa Anlaşması" dır. Türkiye'nin de aralarında bulunduğu çok sayıda ülkenin kabul ettiği düzenlemenin amacı, tehlikeli maddelerin paketlenmesi, taşınması ve elleçlenmesine yönelik genel teknik ve organizasyonel kuralların uygulanması ile insanlara ve çevreye zarar verecek kaza riskinin minimize edilerek, güvenli ulaşımın sağlanmasıdır.

Tünellerde tehlikeli madde taşıyan taşıtların karışabileceği kazalarda çok daha ciddi sonuçların meydana gelme olasılığına karşı, tünellere ADR'de özel önem verilmiştir. Bu doğrultuda, ADR Bölüm 1.9.5'te tehlikeli madde kaynaklı olası üç ana riski temel alan varsayımlar doğrultusunda tünellerin sınıflandırılmasına dayalı "Tünel kısıtlamalarına" değinilmektedir. Çok sayıda insan kaybı ve/veya tünel yapısında ciddi hasar yaratma potansiyeline sahip üç ana risk,

- i. Patlamalar
- ii. Zehirli gaz ya da uçucu zehirli sıvı yayılımı
- iii. Yangınlardır.

ADR'de tehlikeli madde taşıyan taşıtların, taşınan yükün niteliği doğrultusunda tünellerden geçişinin kısıtlanmasının, anlaşmaya taraf ülke yetkili makamınca, ilgili karayolu tünelinin Madde 1.9.5.2.2'de tanımlanan 5 farklı tünel kategorisinden birine dahil edilmesi yoluyla gerçekleştirilmektedir. Tünellerin farklı kısıtlama durumlarına yönelik kategorilere ayrıldığı sisteme ilişkin bilgiler Tablo 1'de özetlenmektedir.

Tablo 1. Tünellerden Tehlikeli Madde Geçişine Yönelik ADR Sınıflandırması (ADR Volume-I, 2013)

Tehlikeli Madde Taşınmasına Yönelik Tünel Kategorisi	Kategori Açıklaması
Kategori-A	Tehlikeli madde taşınmasına yönelik bir kısıtlama yoktur.
Kategori-B	Çok büyük patlamaya neden olabilecek tehlikeli maddelerin geçişi kısıtlanmıştır.
Kategori-C	Büyük patlamaya, çok büyük patlamaya veya büyük zehirli madde salınımına neden olabilecek tehlikeli maddelerin geçişi kısıtlanmıştır.
Kategori-D	Büyük patlamaya, çok büyük patlamaya, büyük zehirli madde salınımına veya büyük yangına neden olabilecek tehlikeli maddelerin geçişi kısıtlanmıştır.
Kategori-E	Tüm tehlikeli maddelerin geçişi kısıtlanmıştır. (UN Nos. 2919, 3291, 3331, 3359 ve 3373 hariç.)

Herhangi bir tünel ADR'ye göre kategorize edilirken tünel karakteristikleri, alternatif güzergâh ve/veya ulaşım türünün mevcudiyet ve uygunluk durumuna yönelik risk değerlendirmesi ve trafik yönetimine ilişkin şartlar göz önünde bulundurulur. ADR'nin öngördüğü şartların ötesinde taraf olan ülkelerin yetkili makamları, kendi sınırları içerisinde karşı karşıya kalınan riskler doğrultusunda ek önlemler alma hakkına, Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu sekreteryasını bilgilendirmek koşulu ile sahiptir.

Tünellerde güvenliğin sağlanmasına yönelik önemli ve dünyada kabul gören bir diğer düzenleme Avrupa Parlamentosu ve Konseyi'nin 29 Nisan 2004'te yürürlüğe giren ve Trans-Avrupa Karayolu Ağındaki tünellere ilişkin minimum güvenlik gereksinimlerini içeren 2004/54/EC sayılı direktifdir. Direktifle insan hayatını, çevreyi ve tünel yapısını tehlikeye atabilecek kritik olayların önlenmesi, kaza durumunda ise korunmaya yönelik olarak yol kullanıcılar için minimum güvenlik seviyesinin sağlanması amaçlanmaktadır. Direktif, işletmeye açık, yapım veya tasarım aşamasında Trans-Avrupa Karayolu Ağı üzerinde >500 m uzunluğundaki tüm tünelleri kapsamaktadır. Söz konusu direktif ADR'nin aksine tehlikeli madde ve taşınmasına yönelik düzenlemelere değil tünelin yapım, işletme ve donanım özellikleri üzerine odaklı bir yapıdadır. Ancak, bu konularda minimum güvenlik seviyesinin sağlanmasını öngören kriterleri ortaya koyarken ağır taşıt trafiğinin (3,5 ton ve üzeri taşıtlar) günlük trafik içindeki oranının %15'i aşmasını ek risk doğuran bir durum olarak tanımlamakta, bu ek riskin tünelde yönelik direktif kaynaklı seçimlerde göz önünde bulundurulmasını öngörmektedir. Tehlikeli maddelerin taşınmasına yönelik ilgili maddede ise tünelde ilişkin bir karar alınması ve düzenleme yapılması süreci öncesinde Madde 13 "Risk Analizi" kapsamında risk analizi gerçekleştirilmesini şart koşmaktadır. Bu bağlamda gerçekleştirilecek risk analizinin ilgili tünelde yönelik başta trafik karakteristikleri, tünel uzunluğu ve geometrisi olmak üzere tüm tasarım faktörleri ve trafik koşullarını göz önünde bulundurur içerikte olması gerekliliği belirtilmektedir. Direktifte risk analizinin tünel yönetiminden bağımsız bir yapı tarafından gerçekleştirilmesi gerekliliğine işaret edilirken, gerçekleştirilecek risk analizi metoduna veya kabul edilebilir risk kriterlerine ilişkin bir yönlendirme yapılmamaktadır. Bu konuda her bir ülkedeki yetkili makam hatta bir ülkedeki farklı tünellerin farklı işletmecileri kendi risk analiz metodunu ve kabul edilebilir risk kriterlerini seçmekte serbest bırakılmıştır.

Tünel güvenliğini artırmaya yönelik alınabilecek önlemler, tünellerde tehlikeli madde taşımacılığına yönelik izinlerin verilmesi veya gerekli kısıtların belirlenmesi, öngörülen risk analizi çalışmaları gibi konularda hem mevcut bilgi düzeyinin yükseltilmesi hem de global ölçekte bir uyumlandırma sağlanması amacıyla "Dünya Karayolu Birliği" PIARC (World Road Association), UNECE "Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu" ve OECD "Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü" öncü rol üstlenen uluslararası kuruluşlardır. Bu kuruluşlarca hazırlanmış ve tavsiye niteliğinde olan rapor, rehber ve uygulamalar mevcuttur (Kaçan, 2018).

2.1. Tehlikeli Madde Taşımacılığı Kapsamında Tüneller İçin Risk Analizi

Tehlikeli madde geçişinin bir tünelde yasaklanması riskleri elimine etmemekte, sadece farklı bir boyuta taşımaktadır. Hatta bazı durumlarda yasaklama ile genel risk çok daha artabilmektedir (örneğin tehlikeli madde trafiğinin tünel yerine çok daha yoğun nüfuslu kentsel bir bölgeden geçişe yönlendirilmesi gibi). Bu nedenle tehlikeli madde geçişinin bir tünelde serbest bırakılması ya da kısıtlanmasının içinde tünel güzergahının da bulunduğu olası alternatifler arasında bir risk değerlendirmesine dayandırılması gerekmektedir.

OECD/PIARC tarafından yürütülen proje ile hem normal karayolu kesimlerinde hem de tünellerde tehlikeli madde taşımacılığı kaynaklı risk analizine olanak tanıyan DG-QRA "Tehlikeli Madde Nicel Risk Analizi" modeli geliştirilmiştir. ADR tünel düzenlemelerinin uygulanması sürecine yönelik olarak çeşitli ülkeler, tehlikeli maddelerin tünellerden geçişi kapsamında

tamamen ya da kısmen DG-QRAM sonuçlarını kullanan farklı risk değerlendirme prosedürleri tanımlamışlardır. DG-QRAM ayrıca tehlikeli madde geçişine yönelik bir tünele ilişkin rasyonel karar sürecinde alternatif güzergahlara ilişkin risk durumunu ortaya koyarak, 2004/54/EC direktifi doğrultusunda öngörülen risk analizi kapsamında karar destek unsuru işlevi görmektedir. Nihai karar DG-QRA sonuçlarına ek olarak, ekonomik veriler, diğer veriler ve karar vericilerin politik tercihleri (riskten kaçınma vs. gibi) ile şekillenmektedir.

2.1.1. DG-QRA Metodolojisi

DG-QRA modeli “Nicel Frekans Analizi” ve “Nicel Sonuç Analizi” araçlarıyla nicel bir yaklaşıma imkân tanımaktadır.

2.1.1.1. Nicel frekans analizi

DG-QRA modeli tetikleyici bir başlangıç olayından (kaza ya da arıza gibi) bir kaza durumuna ilişkin senaryoları elde edebilmek için koşullu olasılıklara çevrilmiş bir dizi olayın analizine ilişkin sonuçları içermektedir. Modele, farklı sınır koşulları (tünel/normal karayolu kesimleri, kentsel/kırsal alanlar) arasında ayırım yapan her senaryo için nicel rakamları içeren bir tablo oluşturulmuş ve dahil edilmiştir.

Tüneller ve normal karayolu kesimlerine yönelik kaza oranları, ülke istatistikleri (tünel projelendirilmesinde genel olarak kullanılan varsayılan değerler) ya da yerel istatistikler (işletilmekte olan tüneller/karayolu kesimlerine yönelik kazaların gözlemlenmesi) temel alınarak kullanıcı tarafından tanımlanır.

2.1.1.2. Nicel sonuç analizi

Normal karayolu kesimlerinde bir dizi meteorolojik şarta ilişkin fiziksel sonuçların önceden belirlenmiş hesaplamalarını temel alan 2 boyutlu ve basit tek boyutlu bir araç, DG-QRA modeline uygulanmıştır. Model gözlemlenen tehlikeli madde trafiğini temsil eden bir dizi senaryo doğrultusunda karayolu kesimi çevresindeki yerel nüfus ve yol kullanıcılar için sonuçları hesaplayabilmektedir.

Tünellere yönelik senaryoların fiziksel ve fizyolojik sonuçlarının hesaplanabilmesi için ayrı bir tek boyutlu araç modeli eklenmiştir.

Nicel frekans ve nicel sonuç analizlerinin bileşimi FN grafiklerinin hesaplanabilmesine olanak sağlamaktadır. DG-QRA modeli Tablo 2’de yer alan temsili senaryolar üzerine kuruludur.

Tablo 2. OECD/PIARC DG-QRA Modeli Baz Senaryolar (OECD ve PIARC, 2001)

Senaryo No	Açıklama	Tank Kapasitesi	Yarık/Çatlak Boyutu (mm)	Madde Akış Hızı (kg/s)
1	Ağır Taşıt Yangını (20 MW)	-	-	-
2	Ağır Taşıt Yangını (100 MW)	-	-	-
3	Silindir Tanktaki LPG – BLEVE*	50 kg	-	-
4	Motorlu Taşıt Yakıt Yangını	28 t	100	20,6
5	Motorlu Taşıt Yakıtının Buharlaşmasıyla Oluşan Patlama	28 t	100	20,6
6	Klor Salınımı	20 t	50	45
7	Büyük Hacimde LPG – BLEVE*	18 t	-	-
8	Büyük Hacimde LPG Yakıtın Buharlaşmasıyla Oluşan Patlama	18 t	50	36
9	Büyük Hacimde LPG'nin Alev Alması	18 t	50	36
10	Amonyak Salınımı	20 t	50	36
11	Büyük Hacimde Akrolein Salınımı	25 t	100	24,8
12	Silindir Tanktan Akrolein Salınımı	100 t	4	0,02
13	Büyük Hacimde Sıvılaştırılmış CO ₂ – BLEVE*	20 t	-	-

* BLEVE: Kaynayan sıvı, genleşen buhar patlaması

Tablo 2'deki ağır taşıt yangınına denk gelen ilk iki senaryo dışındaki senaryolar özellikle tehlikeli madde taşınmasına yöneliktir. Modelde uygulanan senaryolar tünellerden tehlikeli madde geçişi durumunda karşı karşıya kalınabilecek tehlikeli maddelerin ana etkilerini temsil etmektedir. Bunlar termal etkileri olan veya olmayan büyük patlamalar, gazların veya uçucu sıvıların kazara salınmasından kaynaklanan büyük toksik etkiler ve büyük yangınlardır. Böylelikle gözlemlenen tehlikeli madde trafiği kapsamında taşınan maddelerin çoğu bu senaryolarla temsil edilebilmektedir.

2.1.2. Risk analizi sonuçları ve risk değerlendirme stratejisi

OECD/PIARC DG-QRA modeli ile;

- Beklenen risk değeri (EV) ve FN grafikleri (toplumsal risk)
- Bireysel risk değerleri

hesaplanabilmektedir.

Dikkate alınan sonuçlar, yol kullanıcılar ve/veya yerel halka yönelik ölümler ve yaralanmalar olabilir. Model, daha sıklıkla bireysel risk değerlerine oranla toplumsal risk figürlerinin (EV ve FN grafikleri) eldesinde kullanılmaktadır.

Model iki aşamalı kullanılmaktadır. Birinci aşamada, tünelin kendisinden kaynaklanan beklenen risk değeri (toplumsal risk) hesaplanır. Yapısal risk olarak da nitelendirilen bu değer, tüm tehlikeli madde geçişinin serbest olduğu kabulü ile ilgili tünelde tehlikeli madde taşımacılığı nedeniyle yıllık beklenen kurban sayısına denk gelmektedir. Birbirini takip eden seri tüneller olması durumunda kümülatif beklenen değer hesaplanır. Bu aşamada gereksinim duyulan veriler şu şekildedir:

- Tehlikeli madde taşınmasına yönelik trafik hacmi ve kompozisyonu,
- Genel trafik hacmi ve kompozisyonu (otomobil, ağır taşıt, otobüs),
- Günlük/sezonzluk değişimler,
- Güzergâh boyunca kaza oranı,

- Tünel karakteristikleri (uzunluk, en kesit, boy kesit, havalandırma, drenaj sistemi, acil durum çıkışları, vb.)

Tünele ilişkin hesaplanan yapısal risk değeri belirli bir eşik değerinde ise aşağıdaki amaçlar doğrultusunda ikinci aşamaya geçilir:

- Tünel güzergahının ve olası alternatif güzergahların risklerinin karşılaştırılabilmesi,
- Tehlikeli madde taşınmasına ilişkin çeşitli kısıtlama seçeneklerinin karşılaştırılabilmesi,
- Kabul kriterleri ile hesaplanan risk değerlerinin karşılaştırılabilmesi.

İkinci aşama analizleri, karşılaştırılacak her bir alternatif güzergâh için homojen detay seviyesinde tamamlayıcı veriye gereksinim duyar. Model, karayolu tünellerindeki tehlikeli madde trafiğine ilişkin kararlar alınması sürecine yönelik geliştirilmiştir. Tünelere ilişkin genel risk analizlerine uygun değildir.

2.2. Ülke Uygulamaları

Bu bölümde, tehlikeli maddelerin karayolunda taşınması ve tünel güvenliği konularında öne çıkan Avusturya, Almanya, İsviçre ve Fransa ülkelerine ait risk analizi uygulamalarına yer verilmiştir.

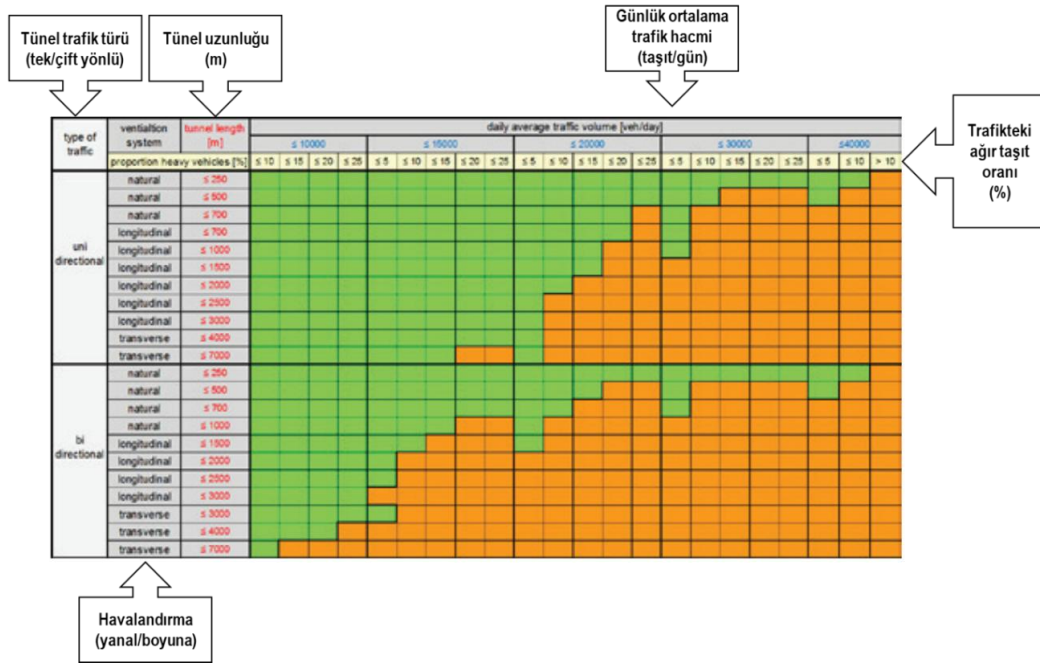
2.2.1. Avusturya

Avusturya'da, çok aşamalı risk değerlendirme süreci uygulanmaktadır:

- a. Basitleştirilmiş yaklaşım, sınıflandırma matrisi uygulaması,
- b. Tünel için DG-QRAM kullanılarak risk analizi yapılması,
- c. DG-QRAM sonuçları doğrultusunda ek risk azaltma önlemlerinin araştırılması,
- d. Tehlikeli madde taşınmasına yönelik olarak DG-QRAM kullanılarak farklı güzergâh alternatiflerinin araştırılması

Süreç basitleştirilmiş değerlendirme ile başlamaktadır (Aşama-a). Tünel tipi (tek yönlü – çift yönlü trafik), havalandırma sistemi, trafik hacmi, ağır taşıt oranı göz önünde bulundurularak tehlikeli madde taşınmasına yönelik düşük riskli tünellerin basit bir şekilde tanımlanması sağlanır. Sınıflandırma matrisinin detaylı bir şekilde hazırlanabilmesi için DG-QRAM kullanılarak bir dizi seçilmiş tünel için sistematik risk hesaplamaları gerçekleştirilir. Sınır değer olarak beklenen risk değeri $EV = 1 \times 10^{-3}$ ölü/yıl'dır. Daha fazla risk hesaplamasına girilmeksizin sınıflandırma matrisi uygulanır (Şekil 1).

Karayolu Tehlikeli Madde Taşımacılığı Kapsamında Tünel Güvenliği ve Risk Analizi



Şekil 1. Tünelde Tehlikeli Madde Trafığı Kaynaklı Risk Değerlendirmesine Yönelik Basitleştirilmiş Yaklaşım İlişkin Avusturya Sınıflandırma Matrisi (PIARC, 2013)

Eğer tünel matriste turuncu bölgeye denk gelirse, DG-QRAM kullanılarak özel risk analizi uygulanır (Aşama-b). Risk değerlendirmesi için F-N grafiğindeki referans doğrusu mutlak risk kriteri olarak kullanılır (Şekil 2). Referans doğrunun formülü,

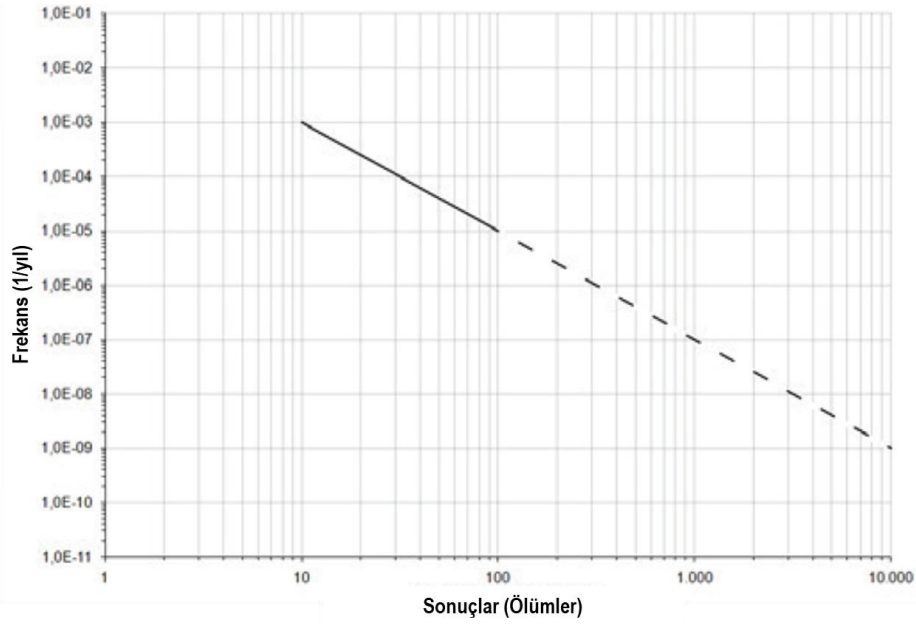
$$N > 10 \text{ ölüm durumu için } F = 0,1 \times N^2$$

şekindedir, sadece tünellerden tehlikeli madde geçişine yönelik risk için çok aşamalı değerlendirme prosedürünün ikinci aşamasında kullanılabilir ve DG-QRAM modeli ile bağlantılıdır.

Referans doğru 1 km uzunluktaki tünel için geçerlidir. Formül diğer uzunluktaki tünellere şu şekilde uyarlanmıştır:

$$N > 10 \text{ ölüm durumu için } F = 0,1 \times N^2 \times L^{0,5}; L = \text{tünel uzunluğu}$$

Eğer referans doğru aşılsa, hesaplanan risk kabul edilir değildir ve tünel tehlikeli madde taşınması kapsamında artık Kategori A'da değerlendirilemez. Aşama-c kapsamında ek risk azaltıcı önlemler uygulanır ya da Aşama-d çerçevesinde alternatif güzergahlar araştırılır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda tünel ADR tünel kategorilerine göre sınıflandırılır.



Şekil 2. Karayolu Tünellerinden Tehlikeli Madde Geçişine Yönelik Avusturya Risk Kriteri (PIARC, 2012)

2.2.2. Almanya

ADR şartlarına göre gerekenlerin yapılabilmesine yönelik birçok aşamalı risk değerlendirme süreci geliştirilmiştir. Avrupa direktifi EC/54/EG ve ilgili Alman standardı RABT 2006'nın gereksinimleri göz önünde bulundurularak Federal Karayolu Araştırma Enstitüsü öncülüğünde bir araştırma projesi kapsamında özel bir süreç tasarlanmıştır.

Geliştirilmiş çok aşamalı yöntem tüm karayolu tünelleri için risk analizi temelinde tehlikeli madde kaynaklı riskin standartlaştırılmış bir şekilde hesaplanmasına ve tanımlanmış ADR tünel kategorileri temel alınarak tehlikeli madde taşınması için olası kısıtlamaların belirlenebilmesine imkân tanımaktadır. Metot aşağıdaki aşamalardan oluşmaktadır:

- Adım-1a: Tünel karakteristikleri ile ilintili riskin basitleştirilmiş analizi (incelenecek tünellerin ilk seçimi)
- Adım 1b: DG-QRAM aracılığı ile yapısal tünel riskinin analizi
- Adım 2a: Özel sonuç modelleri kullanılarak tünelin detaylı risk analizi
- Adım 2b: Normal karayolu kesimleri için özel sonuç modelleri kullanılarak alternatif ulaşım güzergahlarının detaylı risk analizi.

İlk aşamada kaba bir değerlendirme gerçekleştirilir. Bunu ikinci aşamada gerçekleştirilen derinlemesine analiz takip eder. İlk aşamada değerlendirilmesi yapılan tünel ADR uyarınca Kategori A olarak tanımlanamazsa sonraki aşamaya geçilir. Bu aşamada derinlemesine analiz metodları ve derlenen amaç veriler aracılığıyla tünelle ilişkin tehlikeli madde riski belirlenir. Tünel Kategori A olarak sınıflandırılmazsa bir sonraki aşamada sadece tünel için değil aynı zamanda alternatif güzergahlar için tehlikeli madde riski belirlenir. Son aşama sonucuna göre yetkili makamın tünel kategorisini B, C, D veya E olarak belirlemesi kararına yönelik temel oluşur. Bu durum tehlikeli madde taşınmasının farklı bir güzergaha kaydırılması durumu kaynaklı bir tehlikeli madde riski değerlendirmesini içermektedir.

2.2.3. İsviçre

İsviçre, ADR gereklerine göre karayolu tünellerinin kategorizasyonu için transit karayollarında tehlikeli madde taşınması kaynaklı risklerin hesaplanması ve değerlendirilmesini içeren mevcut milli standart "Büyük Kazalara Karşı Korunma Yönetmeliği"ni (OMA) de göz

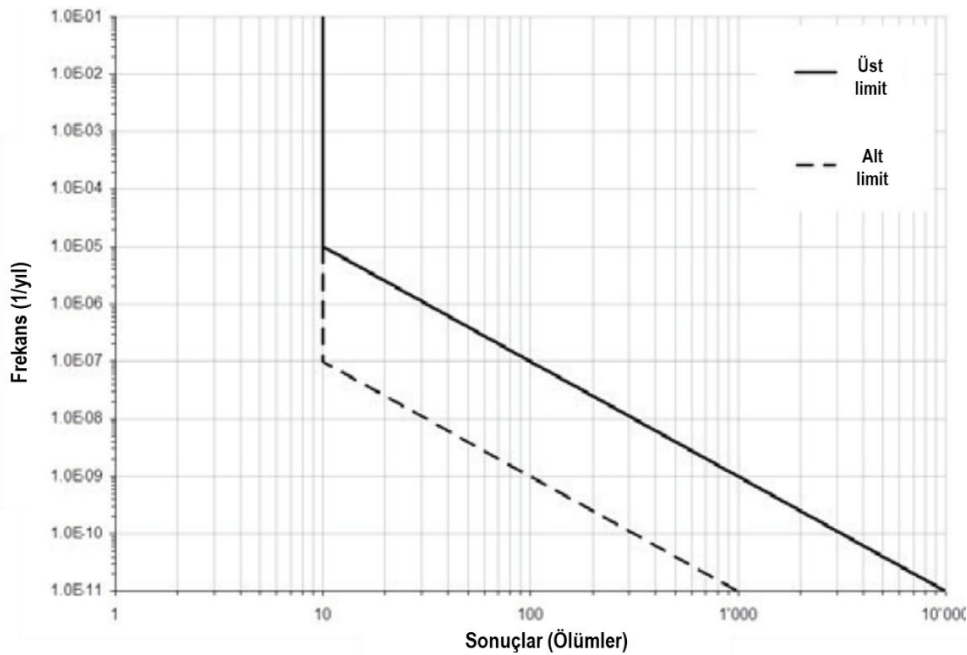
önünde bulunduran özel bir metodoloji geliştirmiştir. Özellikle OMA'nın risk kabul edilebilirlik kriterleri dikkate alınmıştır. Bu bağlamda DG-QRA uyarlanmıştır.

Diğer ülkelerde olduğu gibi aşağıdaki adımları içeren çok aşamalı risk değerlendirme süreci geliştirilmiştir:

1. İlk değerlendirme

- a. Uzunluğu 300 m'den kısa tünellerin güvenli ve Kategori-A Tünel olarak sayılabilmesi için herhangi bir kısıtlama ve/veya detaylı analiz gerekliliğinin kontrolü yapılır; tünel işletmecisinin raporu ve/veya tünelin güvenlik düzeyine ilişkin diğer analizler baz alınarak yetkili makam ek risk analizine gereksinim olup olmadığına karar verilir.
- b. Basitleştirilmiş ve uyarlanmış DG-QRAM modeli uygulanarak tünel riskinin analizi; FN grafiği ile risk kabul edilebilirlik kriterlerinin karşılaştırılması ve OMA'ya göre detaylı analiz gereksinimi kontrol edilir (Şekil-3).

2. Basitleştirilmiş ve uyarlanmış DG-QRAM modeli uygulanarak tünelin detaylı risk analizi yapılır. Analiz temel alınarak risk azaltma önlemlerine veya tehlikeli maddelerin taşınmasına yönelik kısıtlamalara gereksinim olup olmadığının kontrolü (OMA'ya göre risk kabul edilebilirlik kriteri doğrultusunda) yapılır. Eğer bir tünel Kategori-A olarak sınıflandırılmaz ise alternatif güzergahlara yönelik riskler araştırılır.



Şekil 3. Karayollarında (Tüneller Dahil) Tehlikeli Madde Taşınmasına Yönelik İsviçre Risk Kriteri (PIARC, 2012)

Deneyimler, DG-QRAM modelince en kötü durum senaryoları üzerinden üretilen sonuç FN grafiklerinin mevcut OMA risk kabul edilebilirlik kriterlerine uymadığını göstermiştir. Bu nedenle İsviçre uygulamalarında modelde aşağıdaki düzenlemeler yapılmaktadır:

- a. Tehlikeli Madde Verisi: İsviçre koşulları için tehlikeli madde verisinde ve senaryo olasılıklarında ayarlamalar yapılır;
- b. Model Parametreleri: İsviçre koşulları için kaza oranları ve tehlikeli madde salınımı olasılıklarında ayarlamalar yapılır;
- c. DG-QRAM'da mevcut modellerin uzatılması/ayarlanması yapılır,

- Havalandırma (hesaplamalar için ek modül içerir)
- Algılama süresi (mevcut teknik altyapıya göre)

d. DG-QRAM'de ek modüller (yeni bir tahliye modelinin uygulanması) uygulanır.

2.2.4. Fransa

Fransa'da tünellerde tehlikeli madde taşınmasına yönelik risk analizi için iki aşamadan oluşan çoklu bir model sistemi kullanılmaktadır. Modele ilişkin süreç, uzunluğu 300 metrenin üzerindeki tünellere uygulanmaktadır.

Risk analizinin ilk aşamasında IR (Intrinsic Risk) "Yapısal Tünel Riski" değeri DG-QRA aracılığıyla elde edilir. Elde edilen IR değeri ülkenin eşik değeri ile kıyaslanır.

- Eğer $IR > 0,001$ ise, tehlikeli madde trafiğinin tünel güzergahından geçişinin yasaklandığı yerlerde alternatif güzergahlar bulunmasının mümkün olması şartıyla, ADR uyarınca Kategori B ile Kategori E arasında yer alan söz konusu tünel güzergahını ve olası alternatifleri karşılaştırmak için bir QRA çalışması yürütülür. Tünel uzunluğunun 300 m'den kısa olması durumunda tünel güzergahı tehlikeli madde trafiği için düşünülmemektedir.
- Eğer $IR < 0,001$ ise, tünelden tehlikeli madde taşınmasına yönelik risk bir problem yaratmamaktadır ve tehlikeli madde taşımaya ADR uyarınca ne derecede izin verileceğine ilişkin karar diğer kriterler temelinde yapılabilir.

Tam bir QRA çalışması gerekmesi durumunda (risk analizinin ikinci aşaması), tehlikeli madde trafiğinin tamamen ya da kısmen alternatif güzergahlara yönlendirildiği olası diğer çözümler ve tünel güzergahı için tehlikeli madde taşınmasına yönelik risk seviyesinin karşılaştırılabilmesi için OECD/PIARC DG-QRA modeli kullanılır. Risk analizinin sonucu analiz edilen tünelde tehlikeli madde trafiğine tamamen ya da kısmen izin verilmesi veya bu trafiğin tamamen yasaklanmasına yönelik yetkili idari makamın kararı için bir tavsiye niteliği taşımaktadır.

3. TÜRKİYE'DE TEHLİKELİ MADDE TAŞIMACILIĞI VE TÜNEL GÜVENLİĞİ

Türkiye, karayolunda tehlikeli madde taşımaya ve konuya yönelik tünel güvenliği açısından mevzuat anlamında dünya ve AB ile uyumludur. Gerek dünya üzerinde öncü birlik, kurum ve oluşumlara üye olunması (UN, OECD, PIARC vb.) gerekse Avrupa Birliği'ne katılım sürecinde konu ile ilgili müzakereler doğrultusunda gerçekleştirilen düzenlemeler bu durumun ana nedenidir.

Türkiye, ADR'ye taraf ülkedir ve bu anlaşma paralelinde 24 Ekim 2013 tarihli ve 28801 sayılı Resmî Gazete 'de yayınlanan ve ilgili tarihte Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı tarafından çıkarılan "Tehlikeli Maddelerin Karayolu ile Taşınması Hakkındaki Yönetmelik" ile mevzuatını uyumlaştırmıştır. Bu yönetmelik çerçevesinde karayolu tünellerinde tehlikeli madde taşımaya yönelik hüküm Madde 21.b kapsamında şu şekilde verilmektedir: "Karayolları üzerindeki tünellere ilişkin tünel kategorilerinin, ADR'ye uygun olarak belirlenmesi ve işaretlenmesi Karayolları Genel Müdürlüğüne yapılır. Karayolları üzerindeki tünellerden tehlikeli madde taşıyan araçların geçişlerine ilişkin hususlar Bakanlık tarafından belirlenir."

Aynı yönetmeliğin "Tünel kategorilerinin belirlenmesi ve işaretlenmesi" ne yönelik geçici maddesinde ise;

"GEÇİCİ MADDE 5 – (1) Karayolları Genel Müdürlüğüne, karayolları üzerindeki tünellere ilişkin tünel kategorilerinin ADR'ye uygun olarak belirlenmesi ve işaretlenmesi 31/12/2014 tarihine kadar tamamlanır." ifadesi yer almaktadır.

Karayolları Genel Müdürlüğü'nce 4 Ağustos 2015 tarih ve 29435 sayılı Resmî Gazete 'de yayınlanan "Tünel İşletme Yönetmeliği" ile de tünel güvenliğine ilişkin işletme esasları tanımlanmaktadır. Bu yönetmeliklerden de anlaşılacağı üzere konu ile ilgili karar makamı "T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı", uygulayıcı ise "Karayolları Genel Müdürlüğü"dür.

Tünel tasarımı konusunda küresel ölçekte güncel uygulama ve standartlar takip edilmekle birlikte Avrupa direktifi EC/54/EG benzeri minimum güvenlik standartlarını tanımlayan bir ana referans belge ülkemizde bulunmamaktadır.

Mevzuata yönelik günceli takip etme konusundaki genel olumlu yaklaşım, uygulamalar boyutunda aynı derecede iyi durumda değildir. ADR gereğince tünellerin tehlikeli madde taşımacılığı kapsamında risk analizi temel alınarak kategorize edilmesi süreci işletme ve denetime ilişkin çeşitli kısıtlar nedeniyle gerçekleştirilememektedir. Bu nedenle ülkemizdeki tüm tüneller risk analizine tabi tutulmaksızın Kategori-E olarak sınıflandırılarak tehlikeli madde trafiğine kapalı tutulmaktadır. Bu durumun yarattığı ekonomik kaybın boyutu bilinmemektedir. Ayrıca genel riskin artıp artmadığı bilinmeksizin tehlikeli madde trafiğinin diğer karayolu güzergahlarına yönlendirilmesi gibi taraf olunan anlaşmalarla çelişen riskli tünel işletme uygulamaları söz konusudur.

Tünellerde tehlikeli madde trafiğine ilişkin risk analizlerinin gerçekleştirilmiyor ve analiz sonuçlarının bir karar destek unsuru olarak kullanılmıyor olması, ülke şartlarına yönelik uyarlanmış özel, milli bir risk analiz modeli geliştirilmesi çalışmalarının da önünü kapatmaktadır. Bu durum ayrıca konu ile ilgili yetişmiş uzman sayısını da kısıtlamaktadır.

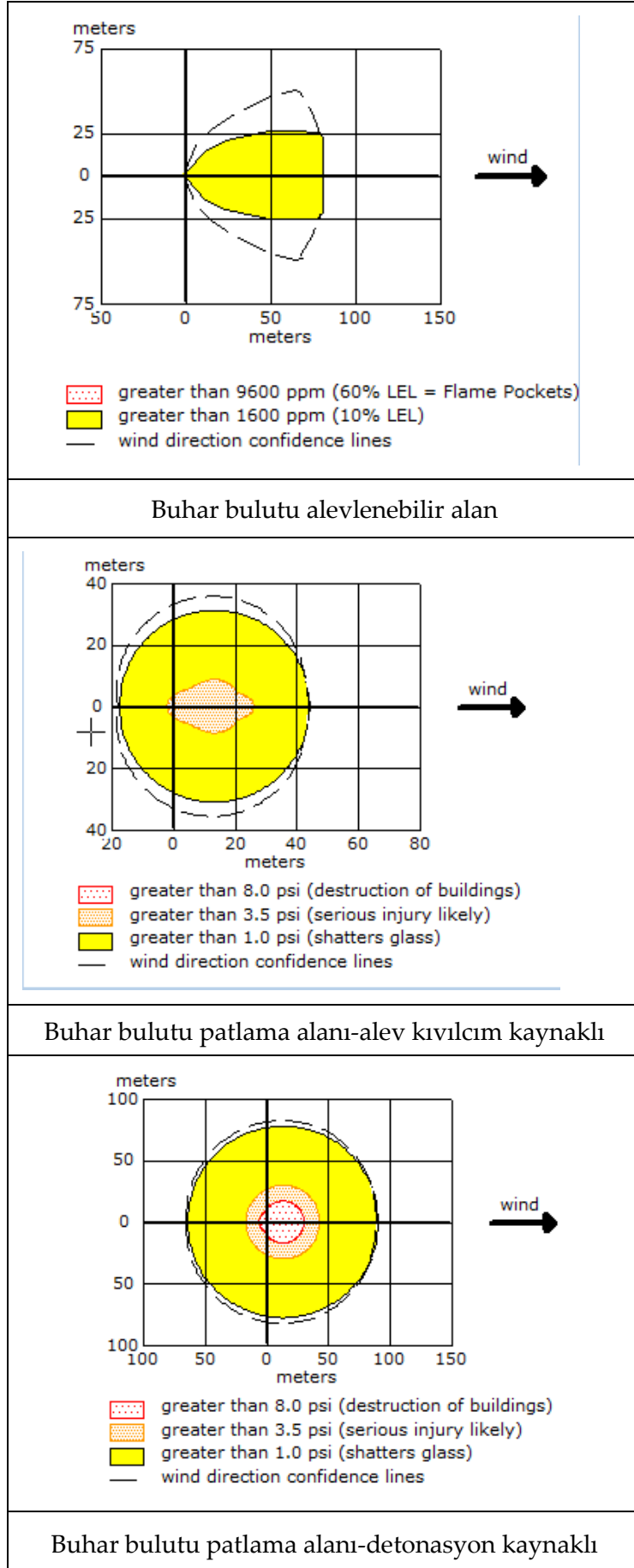
4. ÖRNEK UYGULAMA

Ülkemiz tehlikeli madde taşımacılığının %90'ını akaryakıt (benzin, mazot) ve LPG oluşturmaktadır. Bunlar içinde en tehlikeli olan LPG'dir. ADR mevzuatı kapsamında tipik tanker (L=10.8m, D=2,35m) net tank hacmi 37,25 m³ tür. LPG içeriğinin %70 bütandan oluştuğu varsayımı ile aşağıdaki senaryolar özelinde ALOHA yazılımı ile risk değerlendirmesinin sonuç analizine yönelik modelleme çalışmaları yürütülmüştür.

- Senaryo (i): Yangın meydana gelmeden kimyasal kaçağın olduğu durum
- Senaryo (ii): Kimyasal kaçağı sonrası jet yangını görüldüğü durum
- Senaryo (iii): BLEVE (Kaynayan sıvı genişleyen buhar bulutu patlaması)

Senaryo (i) için elde edilen tehlike bölgeleri Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Senaryo (i) için elde edilen tehlike bölgeleri



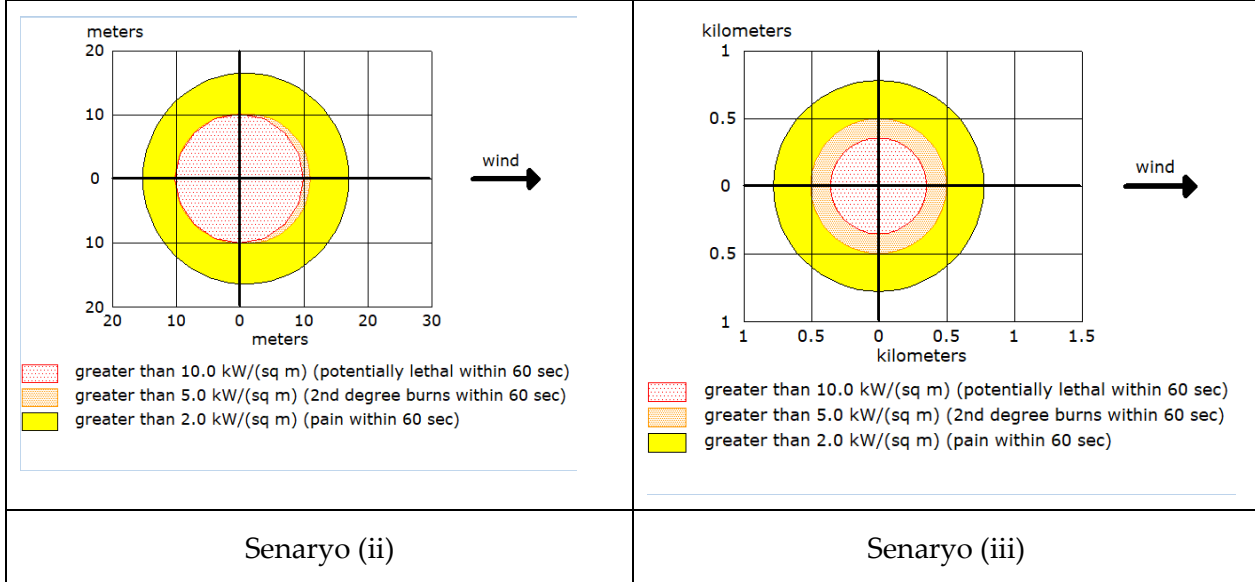
Tablo 3'te kırmızı tehdit bölgesi en tehlikeli alanı, sarı tehdit bölgesi en az tehlikeli alanı ifade etmektedir. LPG buhar bulutu toksik alanı için kırmızı, turuncu ve sarı tehlike bölgelerine karşılık gelen eşik değerleri (Acute exposure guideline levels- AEGL) sırasıyla, 5300 ppm (AEGL-3), 17000 ppm (AEGL-2) ve 5500 ppm (AEGL-1)'dir. Buhar bulutu alevlenebilir alan için kırmızı ve sarı tehlike bölgelerine karşılık gelen eşik değerleri sırasıyla 9600ppm (%60 LEL) ve 1600ppm (%10 LEL)'dir. Buhar bulutu patlama alanı alev/kıvılcım ve detonasyon kaynaklı olarak iki şekilde değerlendirilmiştir. LPG buhar bulutu patlama alanına ait eşik değerleri kırmızı, turuncu ve sarı bölgeler için sırasıyla 8psia (binaların yıkılması), 3,5psia (ciddi yaralanma olasılığı) ve 1psia (camların kırılması) şeklindedir. Senaryo (i) için elde edilen etki mesafesi değerleri Tablo 4'sunulmuştur.

Tablo 4. Senaryo (i) için belirlenen etki mesafesi değerleri

Senaryo (i) "Yangın meydana gelmeden kimyasal kaçağın olduğu durum"	Kırmızı Tehdit Bölgesi	Turuncu Tehdit Bölgesi	Sarı Tehdit Bölgesi
Buhar bulutu toksik alanı	12m	23m	43m
Buhar bulutu alevlenebilir alanı	32m	-	81m
Buhar bulutu patlama alanı (alev/kıvılcım kaynaklı)	-	26m	44m
Buhar bulutu patlama alanı (detonasyon kaynaklı)	30m	43m	91m

Tablo 4'den en geniş etki mesafesi kırmızı tehlike bölgesi için buhar bulutu alevlenebilir alanı için elde edilmiştir. Senaryo (ii) ve Senaryo (iii) sonucu elde edilen termal radyasyon tehlike bölgeleri Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 5. Termal radyasyon tehlike bölgeleri (Senaryo ii & Senaryo iii)

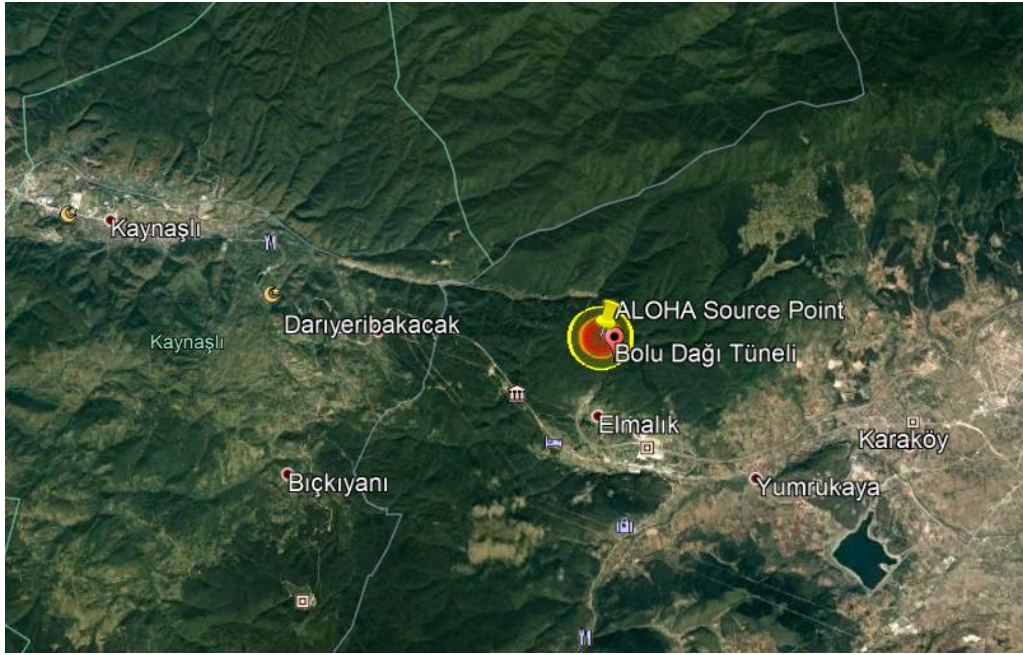


LPG'ye ait termal radyasyon kırmızı, turuncu ve sarı tehlike bölgeleri için eşik değerler sırasıyla 10kW/sq m (60 saniye içinde potansiyel ölüm), 5.0kW/sq m (60 saniye içinde ikinci derece yanıklar) ve 2kW/sq m (60 saniye içinde acı) şeklindedir. Senaryo (ii) ve Senaryo (iii) için elde edilen etki mesafesi değerleri Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Senaryo (ii) & Senaryo (iii) için elde edilen etki mesafesi değerleri

	Kırmızı Tehdit Bölgesi	Turuncu Tehdit Bölgesi	Sarı Tehdit Bölgesi
Senaryo (ii) "Kimyasal kaçağı sonrası jet yangını"	10m	11m	17m
Senaryo (iii) "BLEVE"	355m	502m	781m

Tablo 6'dan en geniş etki mesafelerinin Senaryo (iii) BLEVE kaynaklı olduğu görülmektedir. Yazılım sonucu elde edilen tehlike bölgeleri Google Earth üzerine aktarılabilir. En geniş etkilerin belirlendiği Senaryo (iii)'e ait Google Earth görüntüsü Bolu Tüneli için Şekil 4'te örnek olarak verilmiştir.



Şekil 4. Senaryo (iii) sonucu belirlenen etki alanına ait örnek Google Earth görüntüsü (Bolu Tüneli)

Şekil 4'ten tünelin etrafına etkileri kolaylıkla gözlemlenebilir. Olası bir kaza sonrası tünel güvenliği ve tünelin çevre güvenliği birlikte değerlendirilebilir.

Yürütülen örnek uygulama ile hiçbir koruyucu önlemin mevcut olmadığı en kötü durum özelinde LPG taşıyan bir tankerin olası kaza senaryoları değerlendirilmiş ve kantitatif değerler elde edilmiştir. Toksik etki alanının bilinmesinin tüneller için uygun havalandırma sistemi ve süresinin tasarımında yararlı olacağı düşünülmektedir. Yanabilirlik mesafelerinin bilinmesi ise tünellerde kullanılan elastomer türü yalıtım malzemelerinin doğru seçimini, yeterli sayı ve yapıda yangın söndürücü sistemlerinin kullanımını vb. etkin hale getirecektir. Patlama etki mesafelerinin bilinmesi tünelin yıkılıp yıkılmayacağı öngörüsünü sağlayacak olup, bu bilginin yeni tünellerin yapımında ya da mevcut tünellerin desteklenmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ücretsiz bir yazılım olan ALOHA, ilgili uygulayıcı ve denetleyiciler için pratik olarak akaryakıt ve farklı tehlikeli maddeler için kullanılabilir. Bu şekilde, tehlikeli maddelerin tünellerden geçişi önceden test edilerek, uygun yol güzergâhı belirlenebilir. Tehlikeli madde taşımacılığında zaman kaybı ve maddi giderler bertaraf edilebilir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

OECD/PIARC tarafından yürütülen araştırma çalışmaları, karayollarında tehlikeli madde taşımacılığına yönelik küresel ölçekte hemen hemen her ülkede düzenleyici ve kısıtlayıcı katı uygulamalar olduğunu, ancak aynı konuda tünel geçişlerine yönelik durumun belli bir standartta olmayıp çeşitlilik arz ettiğini göstermiştir. Bu duruma, ülkelerin farklı topoğrafik koşulları nedeniyle karayolu ağlarındaki tünel sayıları ve karakteristiklerinin farklılıklar göstermesinin ve küresel ölçekte bağlayıcı, uyumlandırılmış bir düzenlemenin olmamasının etkisi büyüktür.

Avrupa direktifi EC/54/EG benzeri tünel tasarımına ilişkin minimum güvenlik standartlarını tanımlayan düzenlemelerin, küresel ölçekte üretilerek benimsenmesi önem taşımaktadır. Tünel işletmesi kapsamında ise ADR'de öngörülen tehlikeli madde trafiğine yönelik tünel kategorizasyonu sürecinde; sınıflandırmanın sınırları risk analizi sonuçlarına dayanılarak belirlenmeli, tünellerden tehlikeli madde geçişi için öznellikten uzak, daha objektif ve homojen bir değerlendirme sistemi hâkim kılınmalıdır.

Diğer ülke uygulamalarında da aktif kullanılan OECD/PIARC DG-QRAM modeli, konuya yönelik standardizasyonun sağlanması, ortak dilin kullanılması adına ülkemizde uygulamaya başlanmalıdır. Uygulama sürecinde ülke ihtiyaçlarımızın ne ölçüde karşılandığı değerlendirilebilecek, elde edilecek deneyim ve veri zenginliği üzerinden ülke şartlarımıza uygun yeni ve milli bir model ve/veya risk değerlendirme sürecinin geliştirilmesi sağlanabilecektir.

Ülkemizde tehlikeli maddelerin dahil olduğu karayolu kazalarının kayıt sistemi mevcut değildir. Öncelikle, tehlikeli madde kaynaklı kazaların kaza kaydının tutulması risk analizleri çalışmaları için gerekmektedir. Kazaya dahil olan tehlikeli madde adı, miktarı, ölü/yaralanma sonuçları, yapısal hasarlar özellikle kayıt altına alınmalıdır. Ülke uygulamalarında temel olarak her ülkenin kendi toplumsal riskini tanımlayan F-N grafiğini oluşturduğu ve bu grafik üzerinde bir sınır eğrisi belirlediği görülmüştür. Doğru kaza verileri üzerinden ülkemiz için spesifik F-N grafiği ve limit eğri oluşturulmalıdır.

Tünellerde tehlikeli madde kaynaklı kazalar sonucunda toksik etkiler ve yangın sonucu toksik salınımlar meydana gelebilmektedir. Bu durumda tünellerde doğru havalandırma sisteminin tasarımı ve kullanılması özellikle önemlidir. Yangınla sonuçlanan kazalarda tünellerde yangına dayanıklı malzeme kullanımı dikkat edilmesi gereken diğer önemli bir konudur. Patlama ile sonuçlanan kazalarda ise oluşan şok dalgalarının tünel yıkımına yol açıp açmadığının muhtemel kaza öncesinde tespiti son derece önemlidir.

Ülkemizde karayolunda taşınan tehlikeli kimyasalların büyük bir bölümünü akaryakıt (benzin, motorin) ve LPG oluşturmaktadır. Tehlikeli maddelerin taşınması ile ilgili bilgileri ihtiva eden Emergency Response Guidebook'a göre LPG yanıcı gazı taşınırken meydana gelebilecek bir kazadan sonra olay merkezinin 1600 metre yarıçaplı; benzin ve motorinin yanıcı sıvıları taşınırken meydana gelebilecek bir kazadan sonra ise olay merkezinin 800 metre yarıçaplı alanında bulunan insanların boşaltılması gerekmektedir (Emergency Response Guidebook, 2016). İlgili konuya dair düzenlemelerde bu bilgilerden yararlanılabilir.

Nicel patlama, yangın ve toksik yayılım etkilerinin belirlenmesinde ücretsiz ALOHA- Areal Locations of Hazardous Atmospheres (EPA) yazılımı kullanılabilir. Bu yazılım ile tehlikeli kimyasal maddenin özelliğine bağlı olarak atmosferik seçimler ve senaryolar üzerinden gerçek zamanlı modeller oluşturulabilmektedir. LPG tankeri için örnek bir uygulama bu çalışmada yürütülmüş tünellerde tehlikeli madde taşımacılığına yönelik faydalı sonuçların elde edildiği gösterilmiştir. Bu yazılım üzerinden ayrıca karayolunda sık taşınan diğer klor, amonyak, CO₂ gibi tehlikeli kimyasalların patlama, yangın ve toksik yayılım etkilerinin belirlenmesi mümkündür.

KAYNAKÇA

- Benekos, I. and Diamantidis, D. (2017). On Risk Assessment and Risk Acceptance of Dangerous Goods Transportation through Road Tunnels in Greece. *Safety Science*, 91, 1-10.
- Bing, Z., Chuan-sheng, W., Fang-liang, L. and Er-jue, W.(2020). Whole Risk Assessment System and Management System of Urban Road Tunnel Operation Stage. *Journal of Highway and Transportation Research and Development (English Edition)*, 14,1.
- Bontempi, F. and Gkoumas, K. (2016). Risk Analysis for Severe Traffic Accidents in Road Tunnels. *Int. J. Forensic Engineering*, 3(1/2): 106-126.
- Caliendo, C. and De Guglielmo, M.L (2016). Quantitative Risk Analysis on the Transport of Dangerous Goods Through a Bi-Directional Road Tunnel. *Risk Analysis*, 37(1): 116-129.
- Caliendo, C. and De Guglielmo, M.L. (2017). Simplified Method for Risk Evaluation in Unidirectional Road Tunnels Related to Dangerous Goods Vehicles. *International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET)*,8(6): 960-968.
- Chen, S., Xia, Y., Ma, F. and Liao, H. (2020). Research on Assessment of Highway Tunnel Operating Safety. *IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering*, 741, 012069.
- EC, (2004). Directive on Minimum Safety Requirements for Tunnels in the Trans-European Road Network, *Official Journal of the European Union*, L 167 (30.04.2004).
- EuroStat, Dangerous Goods Transportation Statistics, (2017).
- İnternet: Emergency Response Guidebook, 2016
<https://www.phmsa.dot.gov/sites/phmsa.dot.gov/files/docs/ERG2016.pdf> (05.02.2020).
- Kaçan, Ö. (2018). Karayolu Tünellerinde Tehlikeli Madde Taşımacılığı Risk Analizi. *Karayolları Bülteni*, 594: 26-31.
- Kirytopoulos, K., Papadopoulos, G., Rentizelas, A. and Tatsiopoulou, I. (2010). Quantitative Risk Analysis for Road Tunnels Complying with EU Regulation. *Journal of Risk Research*, 13(8): 1027-1041.
- Knoflachner, H., Nussbaumer, H. and Pfaffenbichler, P. C. (2002). Quantitative Risk Assessment of Heavy Goods Vehicle Transport through Tunnels - the Tauern tunnel Case Study. *1st International Conference "Tunnel Safety and Ventilation"*,181-188.
- Li, Y., Xu, D. and Shuai J.(2020). Real-time risk analysis of road tanker containing flammable liquid based on fuzzy Bayesian network. *Process Safety and Environmental Protection*, 134, 36-46.
- OECD & PIARC, (2001). Safety in Tunnels: Transport of Dangerous Goods Through Road Tunnels, France.
- PIARC, (2008). Risk Analysis for Road Tunnels, *World Road Association (PIARC)*, France.
- PIARC, (2012). Current Practice for Risk Evaluation for Road Tunnels, *World Road Association (PIARC)*, France.
- Türkmen, A., Özçınar, B., Aydoğdu, G. and Özbiltekin, T.M. (2019). A Framework of Route Selection for Hazardous Goods Transportation in Tunnels. *Proceedings of the International Symposium for Production Research*, 621-635.
- UNECE, (2008). General Guideline for the Calculation of Risks in the Transport of Dangerous Goods by Road.
- United Nations, (2012), ADR "European Agreement Concerning the International Carriage of Dangerous Goods by Road, New York, Geneva.
- Xia Y., Ma, F., Liao H. and Liao Z.(2020). Study on Features of Hazardous Goods Transport Accidents on Highway. *IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering*, 741, 012071.



Trabzonspor Futbol Takımının Medyada Konumlandırılışı: Trabzon Örneği

The Positioning of Trabzonspor Sports Club on Media: The Case of Trabzon

Olgun KÜÇÜK¹, Mevlüt Can KOÇAK²

^{1,2} Karabük Üniversitesi, Safranbolu Meslek Yüksekokulu, Karabük, Türkiye

ORCID:

O.K.: 0000-0002-9471-3540

M.C.K.: 0000-0002-9496-0541

Corresponding Author:

Olgun KÜÇÜK

Email:

olgunkucuk61@gmail.com

Citation: Küçük, O. ve Koçak, M. C. (2020). Trabzonspor futbol takımının medyada konumlandırılışı: Trabzon örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 511-520

Submitted: 23.03.2020

Accepted: 05.06.2020

Özet

Trabzonspor kulübü 1967 yılında kurulmuş olup başta futbol olmak üzere pek çok farklı spor dalında faaliyet göstermektedir. Trabzon futbol takımı 1975 ile 1985 yılları arasında toplam altı şampiyonluk yaşamıştır. Bu sebeple Türk futbolunun dört büyük takımından biri olarak gösterilen Trabzonspor, maç günlerinde büyük bir taraftar desteğini de arkasına almaktadır. Dünyanın hemen hemen her ülkesinde taraftarı olan Trabzonspor'un maçları yerel ve ulusal medyada geniş yer bulmaktadır. Özellikle takımın maçı olduğu günlerde çeşitli sosyal medya platformlarında çok sayıda paylaşım yapılmakta, bu paylaşımlar taraftarlarca takip edilerek etkileşim ortamı oluşturulmaktadır. Çalışma Trabzonspor futbol takımının medyada konumlandırılışını ortaya koymak amacıyla yürütülmüştür. Saha çalışması yönteminin kullanıldığı araştırmaya 500 Trabzonspor taraftarı katılmıştır. Araştırmanın sonuçları; katılımcılar (Trabzonspor taraftarları) spor medyasına genel olarak güven duymamaktadır. Araştırmaya katılanların yarıya yakını ise ulusal medyanın takımlarına karşı önyargılı olduğunu düşünmektedir. Yine araştırmaya katılanlar Trabzonspor'un galip geldiği maçlardan sonra daha fazla sosyal medya kullandıklarını belirtmişlerdir. Katılımcılar, Trabzonspor ile ilgili haberlere en çok sosyal medyada rastladıklarını belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Medya, Taraftar, Trabzonspor Futbol Takımı

Abstract

Trabzonspor club was founded in 1967 and operates in many different sports, especially football. Trabzon football team had six championships between 1975 and 1985. For this reason, Trabzonspor, which is shown as one of the four big teams of Turkish football, also receives substantial support from fans on match days. The matches of Trabzonspor, which has supporters in almost every country of the world, have a wide place in local and national media. Especially on the days of the team match, numerous posts are made on various social media platforms, and these posts are followed by the fans and an interactive environment is created. This study was carried out to demonstrate the positioning of the Trabzonspor football team in the media. 500 Trabzonspor supporters participated in the research using the field study method. The results of the research suggest that participants (fans of Trabzonspor) do not generally trust the sports media. Almost half of the respondents think that they are biased towards national media teams. Again, the participants of the research stated that they used more social media after the matches of Trabzonspor that they won. The participants stated that they came across the news about Trabzonspor the most on social media.

Keywords: Media, Fan, Trabzonspor Football Team

1. GİRİŞ

Futbol günümüzde pek çok insanın peşinden koştuğu sportif bir etkinliktir. Aristoteles (2015: 54-55) herkesin peşinde koştuğu şeyin iyi olarak anlamlandırıldığını söyler. “Onun” hakkında herkes konuşuyorsa bu onu daha anlamlı hale getirecektir. Sevmeyenler dahi “onun” hakkında konuşuyorsa onu anlamlı yapacaktır. Yani rekabet ortamı bir yerde ötekini güçlendirecektir.

Modern hayatın vazgeçilmez bir unsurudur rekabet. Toplumsal hayatın her alanında bu durum yaşanır. Bu alanlardan biri de spordur. Günümüzde spor geniş kitlelerin boş zamanları doldurduğu bir etkinlik haline gelmiştir. Spor geniş kitlelere ulaşmasıyla daha anlamlı ve değerli bir duruma gelmiştir. Özellikle sporun içinde yer olan futbol örgütsel bir insan faaliyetidir. Futbol aynı zamanda insanın doğal ihtiyaçlarını karşılayan bir gereksinim durumuna gelmiştir. Futbol taraftarlığı sadece sahada başlayıp sahada bitmez. İçinde yaşama dâhil pek çok unsur bulunmaktadır. Futbol, üzerinden kurulan iletişim ile yaşama dâhil pek çok şeyin oluşmasını sağlamaktadır. Kendini sürekli yenileyen ve yeniden üreten bu spor dalı “bizleri” ve “onları” sürekli vurgular (Erdoğan, 2008: 3).

Futbol içerisinde sınıf farkından tutun cinsiyetçi, ekonomik ve ideolojik pek çok farklılık bulunur. Sporun bir dalı olan futbolda hemen her şey araçsallaştırılmıştır. Rekabet ortamında taraftar, sporcu ve medya vardır. Fakat bunlar sadece buz dağının görünümünün yüzeyidir. Futbol büyük paraların döndüğü dev bir endüstridir. Kitle iletişim araçları, özellikle televizyonun gelişimiyle futbol ticari bir değere dönüşmüştür. Bu sayede hem kulüpler hem de medya büyük paralar kazanmaya başlamıştır. Futbol ile medya bağlantısı; oyuncak, yiyecek, içecek, eğlence ve giyim endüstrisini etkilemiştir. Futbol tüketim kültürünün bir parçası durumuna gelmiştir (Erdoğan, 2008: 3-4).

Kitle iletişim araçları spor konusuna fazlasıyla yer ayırır. Spor olaylarının canlı yayınlanması, spor programları, yorum ve açikoturum programları, spor haberleri ile gazetelerin spora ayırdıkları sayfalar ve (magazin dâhil) daha birçok spor konulu içerik kitle iletişim araçlarının büyük bir bölümünü oluşturmaktadır (İnce, 2017: 548). Spor programlarında drama ile gerçeklik bütünleştirilerek aktarılır. Hemen hemen tüm medya organları özellikle futbol üzerinden kurmaca tartışmalar oluşturur. Bunu ise kitleler üzerinde daha çok merak ve heyecan üretmek için yapar. Stadyumlar dramının gerçekleştirildiği bir yer durumundadır. Sporun içinde yer alan kişiler, oyuncular, ödüller gerçek olsa da medyadan aktarımında dramatikleştirilir (Esslin, 2001: 83-85). Böylece gerçekliğe, ayrı bir gerçeklik katılır.

Esslin’in yukarıdaki düşünceleri Baudrillard’ın düşünceleriyle paralellik göstermektedir. Ona göre postmodern toplumda her şey sömürü üzerine kurulmuştur. Gerçekler, gerçeklikten uzaktır. Medya sahte-öykülemeyi meydana getirmiştir. Bu sahte-öyküleme medya ile küresel yapının bir parçası durumuna dönüşmüştür (Erdoğan, 2014: 337-338). Medya kanallarının artması ve insanın günlük yaşamının her alanına sirayet etmesi, kitlelerin de etkilenmesine neden olmuştur. İnsanlar medya yüzünden gerçeği değil kurgusal dünyayı algılar duruma gelmiştir (Oskay, 2001: 114). Kurgusal futbol anlayışında estetik anlayışı daha fazla ön plana çıkmıştır. Modern dünyada artık futbolcunun yetenekli olması kendi başına anlam ifade etmez duruma gelmiştir. Görsel medya, yetenekli olan futbolcuların aynı zamanda yakışıklı olması mecburiyetini doğurmuştur.

Görsel basında olduğu gibi yazılı basın da spor müsabakalarında kendilerine ait bir dil inşa etmiştir. Kimi zaman yazılı basının kullandığı dil, spordan daha çok savaş ve kahramanlık mücadelesi şeklinde oluşturulmuştur. Bu durum şiddetti ve fanatizmi de körüklemiştir (Mil ve Şanlı, 2015: 240). Özellikle futbol rekabetin kendisini fazlaca hissettirdiği bir alandır. Bu rekabet

ortamı, rakip taraftarlar arasında düşmanlığa dönüşebilmektedir. Futbol takımlarının taraftarları, futbol karşılaşmalarının öncesi ve sonrasında sosyal medya üzerinden birbirlerine yönelik olumsuz ifadeler de kullanabilmektedir.

Freud (1975: 44-46) bu durumu psikanaliz üzerinden açıklar. Ona göre rekabetin olduğu yerde, insanlar birbirlerini çekemezler. İnsanlar bir araya gelip büyüdükçe aile içerisinde meydana gelen rekabet ortamı topluma kaymaktadır. Freud aynı zamanda “*Komşu iki kent birbirini çekemez, biri ötekine karşı rekabet duygusu besler*” demektedir.

Sosyolojik açıdan birbirine çok benzeyen Rizespor ile Trabzonspor’un arasında yaşanan rekabet ortamı buna en iyi örnektir. Bazen de bu durum aynı kentin farklı takımlarını tutan taraftarlar için de yaşanabilir. Örneğin, İzmir’in iki takımı olan Göztepe ve Karşıyaka arasında da böyle bir rekabet yaşanmaktadır.

2. MEDYA ve SPOR

Medya sayesinde insanlar çevresinde ve dünyada yaşanan spor olaylar hakkında bilgi sahibi olmaktadır. İnsanlar ilgi duysun duymasın, medyayı takip ederken dahi pek çok spor olayı ile karşı karşıya kalmaktadır (Mutlu, 2008: 66). Hatta Lippmann, modern toplumlarda bilgilenmenin sadece kitle iletişim araçları üzerinden sağlanabileceğini belirtmiştir (Özsoy, 2008: 205). Kitle iletişim araçları hem söyledikleri hem de söylemedikleri ile spor medyasında da bir söylem inşa eder. İnşa edilen söylemler medya araçları tarafından geniş kitlelere aktarılır.

Bilgi teknolojisi sayesinde insanlar arasında küresel iletişim çok daha kolay hale gelmiştir. Kişiler uzak yerlerde meydana gelen gelişimlerden dahi anında haberdar olma imkânına erişmiştir (Giddens, 2012: 85). Artık insanlar medya sayesinde sadece kendi ülkelerindeki futbol takımlarını takip etmekle kalmayıp ayrıca dünyanın farklı ülkelerinden futbol takımlarını da takip edebilir duruma gelmiştir. Özellikle yeni medya sayesinde günümüzde bu durum çok daha kolay hale gelmiştir.

İnternetin gelişmesi ve kısa sürede yaygınlaşması onu diğer kitle iletişim araçlarına göre daha önemli hale getirmiştir. İnternet sayesinde, iletişim ve haberleşme çok daha kolaylaşmıştır. Gençler arasında her geçen gün internet ve sosyal medya yaygınlaşmıştır (Küçük ve Koçak, 2019: 1168). Futbol takımlarının taraftarları da yeni medya sayesinde futbola daha fazla müdahil olmuştur. Taraftarlar kendi web sitelerini ve sosyal medya sayfalarını oluşturmuştur. Böylece taraftarlar hem kendi aralarında hem de rakip takımın taraftarlarıyla çok daha kolay iletişime ve etkileşime geçme imkânına erişmişlerdir.

Geleneksel kitle iletişim araçlarında izleyicinin önemli bir kısmı ne birbirini görür ne de birbirini duyar; fakat yeni medya ile birlikte bu problem olmaktan çıkmıştır. Yeni medya kullanıcısına bir etkileşim ortamı sağlamıştır. Artık kaynak alıcı olduğu gibi, alıcının da kaynak olma durumu ortaya çıkmıştır. Yeni medya ile birlikte alıcı aktif duruma gelmiştir (Geray, 2003: 17-18). Yeni medyanın araçlarından sosyal medya siteleri üzerinden 90 dakikalık bir spor karşılaşması hakkında pek çok komplo teorileri üretilmekte ve haftalarca konuşulmaktadır.

Spor medyası kendi başına sporun gündemini belirleme özelliğini kaybetmiştir. İnternet ve sosyal medya sayesinde futbol meraklısı pek çok kişi kendi sayfalarını oluşturarak futbol içerikleri üretmeye başlamıştır. Kimi zaman bu profesyonel kişiler tarafından yapılırsa da, pek çok kullanıcı bunu amatör şekilde gerçekleştirmektedir (Çevikel, 2012: 111). Sosyal medya aynı zamanda örgütsel düzeyde mesajların yayılmasına da hizmet etmektedir (Yolcu, 2016: 65).

Futbol taraftarları içeriğine müdahil oldukları yeni medya araçları üzerinden sürekli olarak kendi takımlarının diğer futbol takımlardan daha ayrıcalıklı ve daha üstün oldukları yönünde

söylem üretirler. Taraftarlar kendi takımlarıyla övünürken diğer takımın taraftarlarını ötekileştirebilirler.

Futbolun toplumsal yaşamda yeri ve önemini ortaya koyan pek çok araştırma bulunmaktadır. Bu araştırmalardan birinde, Koçak (2014) Konya il merkezinde 850 kişi üzerinde bir saha araştırması gerçekleştirmiştir. “Yapılan bu araştırma sonucunda; spor programları, haberler, yerli diziler, dini programlardan sonra en fazla takip ettikleri dördüncü program türü olmuştur. Cinsiyet açısından bakıldığında spor programları erkeklerin en fazla takip ettiği üçüncü program türüdür.

Balcı ve Bor’un (2015) Selçuk Üniversitesinde eğitim gören 400 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçları, yukarıdaki araştırmanın sonuçlarıyla benzerlik göstermemektedir. Araştırmaya katılanların en az önem verdikleri program türleri arasında spor programları sondan ikinci sırada yer almaktadır.

İnce ve Koçak (2018: 60-80) tarafından 1162 kişi üzerinde yapılan başka bir araştırmada, araştırmaya katılanların kendilerini orta düzeyde fanatik olarak konumlandırmaktadır. Yine araştırmaya katılanların önemli bir kısmı diğer spor dallarına göre futbola daha fazla önem verdiklerini belirtmişlerdir.

Yukarıdaki literatür taraması ışığında çalışmada aşağıda yer alan sorulara yanıtlar aranmıştır:

- Soru 1: Katılımcıların Trabzonspor futbol takımı ile ilgili haberleri günlük izleme süreleri ne kadardır?
- Soru 2: Katılımcıların spor medyasına güven düzeyi nedir?
- Soru 3: Cinsiyete göre spor medyasına olan güven düzeyi anlamlı farklılık göstermekte midir?
- Soru 4: Katılımcıların yerel medyaya güven düzeyi nedir?
- Soru 5: Katılımcıların Trabzonspor’un galip geldiği maçlardan sonra, sosyal medya kullanım süreleri artış gösteriyor mu?
- Soru 6: Katılımcılar Trabzonspor haberleriyle en çok hangi medyada karşılaşmaktadır?
- Soru 7: Katılımcılar sosyal medyada Trabzonspor ile ilgili olumsuz paylaşımlara tepki gösteriyor mu?

3. ARAŞTIRMANIN UYGULANMASI ve ÖRNEKLEM SEÇİMİ

Çalışma, genel tarama modeline uygun olacak şekilde oluşturulmuştur. Araştırmanın evreni, araştırmanın yapıldığı zamanı kapsayan dönemde, Trabzon il merkezinde yaşayan ve Trabzonspor futbol takımını tutan kişilerden oluşmaktadır. Rastlantısal örneklem tekniğine dayanan araştırmaya toplam 500 kişi katılmıştır.

3.1. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Saha araştırması 5-25 Şubat 2020 tarihleri arasında, Trabzon il merkezinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada elde edilen veriler SPSS 20.0 paket programı yardımıyla elektronik ortama aktarılmıştır. Katılımcıların cinsiyetine göre ulusal ve yerel spor medyasına güven düzeyinde anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını ortaya koymak amacıyla Bağımsız Örneklem T-Testi yapılmıştır. Katılımcıların günlük Trabzonspor ile ilgili haberlerini takip etme süreleri Korelasyon Analiziyle ortaya konulmaya çalışılmıştır.

3.2. Katılımcıların Bazı Özellikleri

Tablo 1’de görüldüğü gibi çalışmaya katılanların yüzde 65,2’sini erkeklerden oluşurken, yüzde 34,8’si kadınlardan meydana gelmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Dağılım

Cinsiyet	Sayı	Yüzde
Erkek	326	65.2
Kadın	174	34.8
Toplam	500	100.0

Yaş dağılımının betimleyici istatistiklerine bakıldığında en düşük 18, en yüksek 68 yaşında katılımcılarla görüşüldüğü görülmektedir. Trabzon il merkezinde araştırmaya katılanların yaş ortalaması ise 28.76 olarak bulgulanmıştır (bkz. Tablo 2).

Tablo 2. Yaşa İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

Katılımcı Sayısı	En Düşük	En Yüksek	Ortalama
500	18	68	28.76

3.3. Trabzonspor Futbol Takımıyla İlgili Haberlerin İzleme Süresi

Katılımcıların günlük Trabzonspor futbol takımını ile ilgili haberleri izleme sürelerine bakıldığında, en az 5 dakika en yüksek 240 dakika Trabzonspor ile ilgili haberleri izledikleri bulgulanmıştır. Katılımcıların Trabzonspor ile ilgili haberleri takip etme sürelerinin ortalaması ise 48 dakika olarak hesaplanmıştır.

Tablo 3. Günlük Trabzonspor Futbol Takımı ile İlgili Haberleri İzleme Süresi

	Katılımcı Sayısı	En Az	En çok	Ortalama
Trabzonspor'u Takip Etme Süresi	500	5 Dk.	240 Dk.	48 Dk.

Araştırmaya katılanların cinsiyeti ile günlük Trabzonspor'un futbol takımının haberlerini takip etme sıklıkları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için bağımsız örneklem T-testi uygulanmış. Tablo 4'de de görüldüğü gibi katılımcıların cinsiyeti ile Trabzonspor futbol takımı ile ilgili haberleri takip etme sıklığı arasında anlamlı farklılaşma görülmektedir. Yani araştırmaya katılan erkekler ($\bar{x}= 65.04$), kadınlara ($\bar{x}= 16.12$) oranla Trabzonspor'un futbol takımı ile ilgili haberleri daha fazla takip etmektedir.

Tablo 4. Cinsiyete Göre Katılımcıların İnternet Kullanım Sürelerindeki Farklılık

Cinsiyet	N	Ortalama	T	Df	Sig.
Erkek	326	65.04	11.719	498	.000
Kadın	174	16.12			

3.4. Katılımcıların Spor Medyasına Güven Düzeyi

Trabzonspor taraftarının spor medyasına güven düzeyini belirlemek amacıyla 1 ile 10 arasında puan vermeye yönelik bir gösterge çizelgesi (1= Hiç güvenmem, 10= Çok güvenirim) oluşturulmuştur. Araştırmaya katılan 500 kişinin verdiği cevaplar incelendiğinde, katılımcıların düşük- düzeyde ($\bar{x}= 3.91$) spor medyasına güven duymaktadır (Bkz. Tablo 5).

Tablo 5. Spor Medyasına Güven Düzeyinin Betimleyici İstatistikleri

	Katılımcı Sayısı	En Az	En Çok	Ortalama
Spor medyasına güven düzeyi	500	1	10	3.91

Araştırmada taraftarların cinsiyeti ile spor medyasına güven düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığını tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem T-testi yapılmıştır. Tablo 6'da da görüldüğü gibi katılımcıların cinsiyeti ile spor medyasına güven düzeyi arasında anlamlı farklılaşma görülmektedir ($t=3.467$; $dF=498$; $p<.05$). Araştırmaya katılan kadınlar ($\bar{x}= 4.32$), erkeklere ($\bar{x}= 3.69$) oranla spor medyasına daha fazla güven duymaktadır.

Tablo 6. Cinsiyete Göre Katılımcıların Spor Medyasına Güven Düzeylerinde Farklılaşma

Cinsiyet	N	Ortalama	T	Df	Sig.
Erkek	326	3.69	-3.467	498	.001
Kadın	174	4.32			

“Ulusal basın haberlerinde Trabzonspor’a karşı önyargılı mı?” sorusuna yüzde 8,4 “kesinlikle önyargılı”, yüzde 31,6’sı “önyargılı” yüzde 34,4’ü “biraz önyargılı”, yüzde 17,8’i “önyargılı değil”, yüzde 7,8’i “hiç önyargılı değil” yanıtını vermişlerdir. Diğer bir deyişle; araştırmaya katılan Trabzonspor’un taraftarlarının yarıya yakını ulusal basının kendilerine yönelik önyargılı olduğunu düşünmektedir.

Tablo 7. Ulusal basının haberlerinde Trabzonspor’a karşı önyargılı mı?

	Sayı	Yüzde
Kesinlikle Önyargılı	42	8.4
Önyargılı	158	31.6
Biraz Önyargılı	172	34.4
Önyargılı Değil	89	17.8
Hiç önyargılı değil	39	7.8
Toplam	500	100.0

Çalışmaya katılanların cinsiyeti ile “ulusal basının haberlerinde Trabzonspor’a karşı bir önyargı var mı?” sorusunun arasında anlamlı olarak farklılaşma görülmektedir ($t = -.459$; $df = 498$, ; $p > .05$). Araştırmaya katılan erkekler ($\bar{x} = 5.16$), kadınlara ($\bar{x} = 5.25$) oranla ulusal basının haberlerinde Trabzonspor’a önyargılı yaklaştığını belirtse de bu anlamlı farklılık yaratacak düzeyde değildir (bkz. Tablo 8).

Tablo 8. Cinsiyete Göre Ulusal Basının Haberlerinde Trabzonspor’a Karşı Önyargılılık Durumu

Cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Ortalama	T	Df	Sig.
Erkek	326	5.16	-.459	498	.646
Kadın	174	5.25			

“Trabzon yerel spor medyasına güven düzeyiniz nedir?” sorusuna yüzde 12,6’sı “kesinlikle güvenmem”, yüzde 10,8’i “güvenmem” yüzde 20,4’ü “biraz güvenirim”, yüzde 36,6’sı “güvenirim”, yüzde 19,6’sı “çok güvenirim” yanıtını vermişlerdir. Diğer bir deyişle; araştırmada katılımcıların yarısından fazlası (yüzde 56,2) Trabzon yerel spor medyasına güven duymaktadır.

Tablo 9. Trabzon Yerel Spor Medyasına Güven Düzeyinin Yüzdelerle Dağılımı

	Sayı	Yüzde
Kesinlikle Güvenmem	63	12.6
Güvenmem	54	10.8
Biraz Güvenirim	102	20.4
Güvenirim	183	36.6
Çok Güvenirim	98	19.6
Toplam	500	100.0

Araştırmaya katılanların cinsiyeti ile Trabzon yerel spor medyasına güven düzeyini arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için bağımsız örneklem T-testi uygulanmış. Tablo 10’da da görüldüğü gibi katılımcıların cinsiyeti ile Trabzon yerel spor medyasına güven düzeyi arasında anlamlı farklılaşma görülmektedir ($t = 3.371$; $df = 498$, ; $p < .05$). Yani araştırmaya katılan erkekler ($\bar{x} = 6.53$), kadınlara ($\bar{x} = 5.74$) oranla Trabzon spor medyasına daha fazla güven duymaktadır.

Tablo 10. Cinsiyete Göre Trabzon Yerel Spor Medyasına Güven Düzeyindeki Farklılaşma

Cinsiyet	N	Ortalama	T	Df	Sig.
Erkek	326	6.53	3.371	498	.001
Kadın	174	5.74			

Araştırmada katılımcılara “Trabzonspor’un galip geldiği maçlardan sonra medya kullanım süreniz artar mı? Şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Bu sorunun yanıtını bulmak için ise 1 ile 10 arasında puan vermeye dayalı bir skala (1= Hiç artmaz, 5=Biraz artar, 10= Çok artar) oluşturulmuştur. 500 katılımcının verdiği yanıtlar incelendiğinde, katılımcıların yüksek oranda ($\bar{x}= 6.81$) Trabzonspor’un galip geldikleri maçlardan sonra medyayı kullanım sıklıkları artmaktadır.

Tablo 11. Trabzonspor’un Galip Geldiği Maçlardan Sonra Medya Kullanım Durumu

	Katılımcı Sayısı	En Az	En Çok	Ortalama
Trabzonspor’un galip geldiği maçlardan sonra medya kullanım süreleri	500	1	10	6.81

Araştırmada, katılanların cinsiyeti ile Trabzonspor’un galip geldiği maçlardan sonra medya kullanım sıklığı arasında anlamlı farklılık görülmektedir ($t=19.468$; $df=498$; ; $p<.05$). Tablo 12’de de görüldüğü gibi araştırmaya katılan erkekler ($\bar{x}= 7.85$), kadınlara ($\bar{x}= 4.85$) oranla Trabzonspor’un galip geldiği maçlardan sonra daha fazla medyayı takip etmektedir.

Tablo 12. Cinsiyete Göre Katılımcıların Trabzonspor’un Galip Geldiği Maçların Ardından Medya Takip Etme Sürelerindeki Farklılık

Cinsiyet	N	Ortalama	T	Df	Sig.
Erkek	326	7.85	19.468	498	.000
Kadın	174	4.85			

3.5. Katılımcıların Medya Araçları Üzerinden Trabzonspor futbol Takımının Haberlerine Rastlama Durumu

Araştırmanın bu bölümünde, Trabzonspor taraftarlarına Trabzonspor ile ilgili haberlere en fazla hangi medya araçlarında rastladıkları sorulmuştur. Bunun için 1 ile 5 arasında puan vermeye yönelik bir skala (1= Hiç takip et, 2= Haftada bir İki gün takip ederim, 3= Haftada üç dört gün takip ederim, 5= Haftada beş altı gün takip ederim, 5= Her gün düzenli takip ederim) oluşturulmuştur. Tablo 13’ de görüldüğü gibi çalışmaya katılanlar Trabzonspor ile ilgili haberlere en fazla sosyal medyada ($\bar{x}= 4.25$)rastladıklarını belirtmişlerdir. Bunu 4,00 aritmetik ortalamasıyla internet ve 3,53 aritmetik ortalamasıyla televizyon izlemektedir (bkz. Tablo 13).

Tablo 13. Katılımcıların Medya Araçlarında Trabzonspor Futbol Takımı ile ilgili Haberlere Rastlama Sıklığı

	Katılımcı Sayısı	En Düşük	En Yüksek	Ortalama
Sosyal Medya	500	1	5	4.25
İnternet	500	1	5	4.00
Televizyon	500	1	5	3.53
Gazete	500	1	5	2.66

Trabzonspor Futbol Takımının Medyada Konumlandırılışı: Trabzon Örneği

Radyo	500	1	5	1.76
-------	-----	---	---	------

Araştırmada katılımcıların cinsiyeti ile medya araçlarında Trabzonspor ile ilgili haberlere rastlama sıklığı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını ortaya koymak amacıyla Bağımsız Örneklem T-testi (Independent Sample T-Test) uygulanmıştır. Trabzonspor taraftarlarının cinsiyeti ile Medyada Trabzonspor ile ilgili haberlere rastlama sıklığı arasında anlamlı farklılaşma; internette ($t = -3.440$; $p < .05$) kendini göstermektedir. Araştırmaya katılan kadınlar ($\bar{x} = 4.09$), erkeklere ($\bar{x} = 3.96$) oranla internette daha fazla Trabzonspor ile ilgili haberlere rastladıklarını belirtmişlerdir (bkz. Tablo 14).

Tablo 14. Cinsiyete Göre Medya Araçlarında Trabzonspor Haberlerine Rastlama Sıklığı

	Cinsiyet		t	df	sig
	Erkek	Kadın			
İnternet	3.96	4.09	-3.440	498	.001
Televizyon	3.51	3.57	-.520	498	.604
Sosyal Medya	4.14	4.15	.057	498	.955
Gazete	2.66	2.65	-1.368	498	.172
Radyo	1.75	1.77	-.253	498	.800

Araştırmanın başka bir bölümünde katılımcılara “Sosyal medyada Trabzonspor’a yönelik olumsuz paylaşımlara tepki gösteriyor musunuz?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Katılımcıların verdiği yanıtların betimleyici istatistikleri incelendiğinde; katılımcıların ara sıra ($\bar{x} = 5.55$) olumsuz paylaşımlara tepki gösterdiklerini belirtmişlerdir (bkz. Tablo 15).

Tablo 15. Sosyal Medyada Trabzonspor’a Yönelik Olumsuz Paylaşımlara Tepki Gösterme Durumunun Merkezi Eğilim İstatistikleri

	Katılımcı Sayısı	En Az	En Çok	Ortalama
Sosyal medyada Trabzonspor’a yönelik olumsuz paylaşımlara tepki gösterme durumu	500	1	10	5.55

Araştırmada, katılanların cinsiyeti ile sosyal medyada Trabzonspor’a yönelik olumsuz paylaşımlara tepki gösterme durumu arasında anlamlı farklılık görülmektedir ($t = 7.349$; $df = 498$; $p < .01$). Tablo 16’da da görüldüğü gibi araştırmaya katılan erkekler ($\bar{x} = 6.06$), kadınlara ($\bar{x} = 4.60$) oranla sosyal medyada Trabzonspor’a yönelik olumsuz paylaşımlara daha çok tepki göstermektedir (bkz. Tablo 16).

Tablo 16. Cinsiyete Göre Sosyal Medyada Trabzonspor’a Yönelik Olumsuz Paylaşımlara Tepki Gösterme Durumundaki Farklılık

Cinsiyet	N	Ortalama	T	Df	Sig.
Erkek	326	6.06	7.349	498	.000
Kadın	174	4.60			

Katılımcıların, sosyal medyada Trabzonspor ile ilgili paylaşım yapma sıklığı ile sosyal medyada Trabzonspor ile ilgili paylaşımlara tepki gösterme sıklığı arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan Korelasyon Analizi sonuçları incelendiğinde; pozitif yönde, orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vardır ($r = .542$; $p < .01$). Yani araştırmaya katılanların sosyal medyada Trabzonspor ile ilgili paylaşım yapma sıklığı arttıkça sosyal medyada Trabzonspor ile ilgili paylaşımlara tepki gösterme sıklığında da artış görülmektedir (bkz. Tablo 17).

Tablo 17. Sosyal Medyada Trabzonspor ile İlgili Paylaşımlar Yapma Durumu ile Sosyal Medyada Trabzonspor ile İlgili Paylaşımlara Tepki Gösterme Durumu Arasındaki İlişki

	Sosyal Medyada Trabzonspor ile İlgili Paylaşımlara Tepki Gösterme Durumu
Sosyal Medyada Trabzonspor ile İlgili Paylaşımlar Yapma Durumu	542**

SONUÇ

Medya sayesinde futbol takımlarının taraftarları kendi takımlarının maçlarını izleyebilme ve takımları hakkında bilgi edinebilme imkânına erişmişlerdir. Geleneksel medya genellikle seyircisi fazla olan takımlar ile ilgili haberlere yer vermektedir. Özellikle ana akım medyanın gündeminde yer alan takımlar Galatasaray, Beşiktaş, Fenerbahçe ve Trabzonspor'dur. Buna karşın internet ve sosyal medya sayesinde hemen hemen her futbol takımının seyircisi kendi takımı ve rakip takımlar hakkında bilgi edinme olanağına erişmiştir. Geleneksel medyada ve yeni medyada da spor temasının fazlasıyla yer işgal etmeye başlaması ona olan ilginin artmasına neden olmuştur. Spor programların günümüzde bir gösteriye dönüştürülmesi ona olan ilginin artmasını sağlamıştır. Diğer taraftan yeni medya araçlarından biri olan sosyal medya ağları sayesinde futbol takımlarının taraftarları kendi içeriklerini oluşturup bunları geniş kitlelere aktarabilme seçeneğine de erişmiştir. Bu da sanal ortamda futbol takımlarının taraftarlarının arasında bir rekabetin yaşanmasını beraberinde getirmiştir.

Günümüzde insanlar boş zamanlarının önemli bir bölümünü medya izlencesine ayırmaktadır. Araştırma bulguları değerlendirildiğinde Trabzonspor taraftarlarının günlük bir saate yakın (48 dakika) medyada yer alan Trabzonspor haberlerine zaman ayırdığı anlaşılmaktadır. Cinsiyet açısından bakıldığında ise erkekler, kadınlara oranla Trabzonspor ile ilgili haberlerle daha fazla ilgilenmektedir.

Bu araştırma kapsamında Trabzonspor taraftarlarının spor medyasına olan güven düzeyi de mercek altına alınmıştır. Araştırma sonuçlarına bakıldığında; taraftarların spor medyasına genel olarak güven düzeylerinin düşük olduğu bulgulanmıştır. Cinsiyet açısından bakıldığında erkekler, kadınlara göre spor medyasına daha az güven duymaktadır. Araştırmaya katılanların yarıya yakın kısmı yine ulusal basının haberlerinde Trabzonspor'a karşı önyargılı yaklaştığını düşünmektedir. Diğer taraftan katılımcılar Trabzon yerel medyasına yüksek düzeyde güven duymaktadır. Araştırmaya katılan erkekler, kadınlara oranla Trabzon yerel medyasına daha fazla güven duymaktadır.

Araştırmada elde edilen bir başka sonuca göre; katılımcılar Trabzonspor'un galip geldiği maçlardan sonra daha fazla sosyal medyada vakit geçirmektedir. Özellikle araştırmaya katılan erkekler, kadınlara oranla sosyal medyayı daha fazla kullanmaktadırlar. Yine katılımcılar Trabzonspor ile ilgili haberlere en çok sosyal medya da rastladıklarını belirtmişlerdir.

Bu araştırma kapsamında Trabzonspor taraftarlarının kendi takımlarıyla ilgili sosyal medyada yapılan olumsuz paylaşımlara gösterdikleri tepkilerde mercek altına alınmıştır. Araştırma bulguları incelendiğinde, Trabzonspor taraftarları kendi takımlarıyla ilgili olumsuz sosyal medya paylaşımlarına; ara sıra tepki göstermektedir. Araştırmaya katılan erkek taraftarların tepkileri ise kadın taraftarlara göre çok daha fazladır.

Sonuç olarak Trabzonspor futbol takımının medyada konumlandırılışını ortaya koymak amacıyla yürütülen bu çalışma, bu bölgede yapılan sınırlı çalışmalardan birini oluşturmaktadır. Gelecekte farklı bölgelerde ve farklı takım taraftarlar grubu üzerinde yapılacak çalışmalar hem literatürün gelişmesine katkı sağlayacak hem de futbol takımlarının taraftarları arasında kıyaslama yapma imkânı verecektir.

KAYNAKÇA

- Aristoteles (2015). *Retorik*. (Çev. Mehmet H. Doğan), Ankara: Yapı Kredi Yayınları.
- Balcı, Ş. ve Bor, T. (2015). Siyasal Bilgilenmede Televizyonun Önem Düzeyi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme. *Global Media Journal TR Edition*, 5 (10)
- Çevikel, T. (2012). Türkiye Spor Medyasında İçerik Çeşitliliği: Günlük Gazeteler ve Futbol Blogları Arası Bir Karşılaştırma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, s 18, ss:110-122.
- Erdoğan, İ. (2008). Futbol ve Futbolu İnceleme Üzerine. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. Sayı: 26, S.1-58.
- Erdoğan, İ.(2014). *Medya Teorisi ve Araştırmaları Biliş ve Davranış Yönetimi Amaçlı Endüstri, Devlet ve Üniversite İşbirliğinde, Medyanın Egemen ve Alternatif Açıklamaları*. Ankara: Erk Yayınları.
- Esslin, M. (2001). *Televizyon Çağı T.V. Beyaz Camın Arkası*. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Freud, S.(1975). *Kitle Psikolojisi*. (Çev. Kamuran Şipal), İstanbul: Bozak Yayınları
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birlik Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Giddens, A.(2008). *Sosyoloji*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- İnce, M. (2017). Türk Spor Basınında Asparagas Haber ve Spor Ekonomisine Etkileri, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 7, Sayı 2.
- İnce M. and Koçak, M. C. "The Place of Football in Sports Perception in Turkey," In *Football in Turkey with All Aspects Vol 2*, Müge Demir (ED.) GlobeEdit, 2018, pp.60-85.
- Koçak, M. C. (2014). Siyasal Bilgilenme Sürecinde Televizyonun Rolü ve Etkileri (Konya Örneği). (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Küçük, O. ve Koçak, M. C. (2019). İleri Yaş Grubu Kişilerin İnternet Kullanım Alışkanlıkları: Trabzon Örneği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. Cilt:12, s. 65. Ss.1162-1168.
- Mutlu, E. (Mutlu). *Televizyonu Anlamak*. İstanbul: Ayraç Yayınları
- Oskay, Ü. (2001). *İletişimin ABC'si*. İstanbul: Der Yayınları.
- Özsoy, S.(2008). Türk Spor Medyasında Kadın, *Spor Bilimleri Dergisi Hacettepe J. of Sport Sciences*, 19 (4), ss.201-219.
- Şanlı, S. ve Mil, H. İ.(2015). Sporda Şiddet ve Medya Etkisi: Bir Maçın Analizi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. Cilt: 14, s:55 ss.231-247.
- Yolcu, Ö. (2016). *Sosyal Medya Ve Sinema: Türk Filmlerinin Sosyal Medya Kullanımı*. İstanbul



Karabük İlindeki Rekreasyon Alanlarının Coğrafi Dağılışı *Geographical Distribution of Recreational Areas in Karabük Province*

Özgür GÖKMEN¹, İbrahim EGE²

^{1,2} Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük, Türkiye

ORCID:

Ö.G.: 0000-0001-8324-2010

İ.E.: 0000-0003-2179-2265

Corresponding Author:

Özgür GÖKMEN

Email:

ozgurgokmen11@gmail.com

Citation: Gökmen, Ö. ve Ege, İ. (2020). Karabük ilindeki rekreasyon alanlarının coğrafi dağılışı. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 521-537.

Submitted: 26.04.2020

Accepted: 06.06.2020

Özet

Karabük ili doğal kaynakları, jeomorfolojik yapısı, Yenice Ormanları, Unesco Mirası Kenti Safranbolu ilçesi, tarihi kalıntıları, müzeleri, alışveriş merkezleri, kafe ve restoranları han ve hamamları ile rekreasyon etkinliklerinin gerçekleştirilmesi için gerekli potansiyele sahip illerden biridir. Bu çalışmada, coğrafya ilminin dağılışı ilkesi kapsamında Karabük ilindeki açık ve kapalı rekreasyon alanlarının coğrafi dağılışı ilçeler düzeyinde ele alınmıştır. Detaylı bir şekilde açıklanabilmesi amacı ile alan saha araştırması tarama modeli baz alınarak hazırlanmıştır. İlçelerin mülki sınırları içerisindeki rekreasyon alanlarının lokasyonları, uzaktan algılama ve CBS (Coğrafi Bilgi Sistemleri) programları kullanılarak haritalar üzerine işaretlenmiştir. Yapılan arazi çalışmalarında rekreasyon alanlarında bazı sorunlar saptanmış ve bunlara yönelik öneriler geliştirilmiştir. İlçelerdeki rekreasyon alanlarının kitle iletişim araçları, akademik yayınlar vb. çalışmalar ile tanıtılması gerekmektedir. Rekreasyon potansiyeli yüksek olan Yenice Ormanları'nın doğal dokusu tahrip edilmeden, konaklama merkezleri inşa edilmelidir. Karabük ilinin önemli rekreasyon alanı, Keltepe Kayak Merkezinde günlük ihtiyaçlar haricinde, konaklama hizmeti verebilecek bir tesis bulunmamaktadır. Bu sahaya inşa edilecek oteller ile rekreasyon alanının gelişmesine ihme kazandıracaktır. Ayrıca ilçelerdeki rekreasyon alanlarının istatistik verilerinin düzenli bir şekilde tutulması ileriye dönük planlamalara katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeleri: Coğrafya, Dağılışı, Karabük, Rekreasyon Alanları

Abstract

The province of Karabük possesses natural resources, geomorphological structures, Yenice forests, the UNESCO heritage town of Safranbolu, historic ruins, museums, shopping malls, cafes and restaurants, inns and public baths, and recreation activities. In this study, the geographic distribution of outdoor and indoor recreation areas in Karabük province is covered within the scope of the principle of distribution of Geography Science. The geographical distribution of recreation areas has been covered based on districts, and a detailed field survey has been prepared so that it can be explained in detail. The locations of the recreation areas within the district's boundaries are marked on maps using remote sensing and GIS (Geographic Information Systems) Programs. Some problems related to recreation areas were identified in the field studies and suggestions were developed for them. Mass media of recreation areas in districts and academic publications should be promoted. Accommodation centers should be constructed without destroying the natural texture of Yenice forests, which have high recreational

potential. Except for daily needs, there is no facility that can provide accommodation services in the ski resort of Keltepe, which is an important recreation area of Karabük Province. The hotels to be built in this area will accelerate the development of the recreation area. In addition, orderly retention of statistical data of recreation areas in districts will contribute to future planning.

Keywords: Geography, Distribution, Karabük, Recreation Areas

1. GİRİŞ

Rekreasyon genel olarak “boş zamanları değerlendirme” anlamında kullanılsa da kişilerin ya da grupların boş zamanlarında kendi istekleriyle katıldıkları, kişinin özgür zamanında zevk almak ya da bazı fiziksel, toplumsal ve duygusal davranışları kazanmak için yaptığı etkinlikler veya deneyimler olarak tanımlanmaktadır (Kılbaş, 2001). Rekreasyon ve turizm genel bir ifade ile insanların hayat kalitesini arttırarak tatmin seviyelerini etkilemede önemli rol almaktadır. Bundan dolayı rekreasyon ile turizm arasında ortak bir yaşam ilişkisinden söz edilmektedir. Bu sebeple rekreasyon ve turizm arasındaki çelişki ve etkileşimler giderek artan bir ilgi ile araştırmalara konu olmaktadır (Hacıoğlu,2009).

Rekreasyon ve turizm, coğrafyacıların ilgisini çok önceden beri çekmektedir. Rekreasyon coğrafyası konusu ile ilgili alan yazısı incelendiğinde ilk makale McMurray’ın 1930 yılında kaleme aldığı “The use of land for recreation” kabul edilmektedir. Makalede McMurray turizmi ayrı ve önemli bir arazi kullanım şekli olarak görmekte ve rekreasyonel arazi kullanımını analiz ederek coğrafyacıların bu alana yönelmesi gerektiğinin üzerinde durmaktadır. Yine rekreasyon ile ilgili 1935’te R.M.Brown tarafından yayımlanan “The business of recreation” adlı makalede konuyu ele alma ve haritalama güçlükleri bakımından coğrafyacılar rekreasyon alanları üzerine çalışma yapmaları çağrısında bulunmuştur. Günümüzde turizm ve rekreasyon coğrafyası üzerine birçok tez, makale, kitap, derleme vb. çalışmalar yapılmaktadır (Özgüç,2015). Rekreasyon coğrafyası tamamlayıcı, açıklayıcı, ön görücü ve normatif bilimsel araştırmalarının tüm seviyelerinde işlem görmektedir. Rekreasyon ve turizm coğrafyacıları tarafından sunulan en pragmatik bilgilerin bazıları, boş zamanla ilgili potansiyelin Ne? Nerede? Ne zaman? Nasıl? ve Neden? olduğunu açıklamaktadır. Bununla birlikte coğrafyacıların rekreasyon alanlarının lokasyonu, ulaşım ağı, değer kapasitesi, çekicilik seviyesi gibi etkenleri saptayabilmeleri için ön görü ve normatif çalışmalarda bulunulması gerekmektedir. Bu çalışmalar ile rekreasyon alanlarının mevcut durumu saptanmakta ve alanın gelişmesi için planlamalar yapılmasına zemin hazırlanmaktadır (Janiskee ve Mitchell,1989).

Rekreasyon ile turizm farklı iki kavram olmasına rağmen aralarında yakın ilişkiler olduğunu bilinmektedir. Her ikisinde de kaynaklar müşterektir ve amaç benzerliği söz konusu olmaktadır. Bir ülkede turizmin gelişmesinde rekreasyonun önemli bir yeri bulunmakta ve rekreasyonun alanlarının gelişmesi ise doğrudan turizme etki etmektedir (Murray,1930). Bu çalışmada Karabük il sınırları içerisinde yer alan açık ve kapalı rekreasyon alanları, ilgili mercilerin güncel verileri ile yerinde tespit edilmiş ve alanların coğrafi dağılışı harita üzerinde gösterilmiştir.

2. BOŞ ZAMAN ve REKREASYON KAVRAMI

Günümüzde boş zaman kavramı ücretli bir iş ve zorunlu aktiviteler (uyumak, işe gitmek, kişisel bakım, ailevi sorumluluklar vb.) ile geçirilen zaman dışındaki zamanlara vurgu yapılan kavramdır. Günlük, haftalık, yıllık tatiller ile emeklilik dönemi boş zamanlara verilebilecek örneklerdir (Martin ve Mason 2003). Boş zaman birçok faaliyeti ve aktiviteyi gerçekleştirdikten sonraki vakitleri işaret eden bir kavramdır. İnsanların var olabilmesi, yaşantılarını sürdürebilmeleri ve toplumsal sistem içerisinde sağlıklı bir şekilde yaşamlarını idame ettirmeleri için boş zaman kavramı oldukça önemli bir husustur (Clawson ve Knetsch, 1971). Rekreasyon ise, insanların “varoluş (uyuma-yeme-içme vb.)” ve çalışma (işe gidiş-geliş, çocuklar için okul,

kadınlar için ev işleri vb.) için gerekli olanın dışındaki tüm zamanlar” olarak tanımlanan boş zamanlarında yaptıkları faaliyetleri ifade eden bir kavramdır (Özgüç, 2015). İnsanların birbirleri ile olan davranışları ve doğayla olan etkileşimlerini konu alan doğal çevrede meydana gelen boş zaman faaliyetlerine açık alan rekreasyonu denilmektedir (Plummer, 2009). Boş zaman ile rekreasyon kavramları birbirinin aynısı gibi algılansa da farklı iki kavram olduğu idrak edilmelidir. Fakat bu iki kavram arasında gözle görülür bir şekilde entegrasyon ilişkisi söz konusudur. Yani boş zaman oluşturulmadan, rekreasyon faaliyetlerinin de gerçekleşmesi mümkün olamaz. Aynı şekilde her boş zamanda yapılan aktivite de rekreasyon faaliyeti değildir. Ayrıca rekreasyon faaliyetleri toplumsal ve fiziksel çevrenin olumsuz yöndeki etkileri sonucunda insanların rahatlama, gevşeme motive olma gereksinimlerini karşılamaktadır (Aslan, 1993). Tanımlardan da anlaşılacağı üzere rekreasyon etkinliklerinde özgür irade kavramı önem arz etmektedir. Zira bireyin doktor kontrolünde termal otele gitmesi bir termal turizm faaliyeti olarak değerlendirilirken, rekreasyon etkinliği olarak değerlendirilmesi mümkün değildir. Rekreasyondaki temel amaç; hür irade ile gidilen mekanlarda dinlenmek, rahatlamak ve enerji toplamaktır (Çevirgen, 1996).

İnsanlar rahatlamak, dinlenmek ve eğlenmek vb. temel ihtiyaçlarını rekreasyon faaliyetleri ile gerçekleştirmektedir. Coğrafya ilmine göre rekreasyon tam anlamı ile tanımlanamasa da turizm ve rekreasyon coğrafyasındaki en temel kavramı oluşturmaktadır. Rekreasyon kavramı öncelikle “turizm”, “boş zaman”, “spor”, “oyun”, “eğlence” ve bir ölçüde de “kültür” ile iç içe geçmiştir. Yani rekreasyon birçok şekli olan tek bir olgu değildir. Farklı lokasyonlarda kendilerine çeşitli doyumlar sağlayacak her biri değişik kaynakların kullanımına talep gösterdiği on binlerce farklı olgudur.

Rekreasyon faaliyetleri çeşitli şekillere ayrılabilir. “Kapalı ve açık mekânlarda sürdürülebilmelerine göre” ya da “Katılımcı ve izleyici olarak” ayırım yapılabilir. Aslında rekreasyon faaliyetleri için yapılan ve daha sık şekilde kullanılan ayırım şehirselle ve kırsal şeklindedir. Şehirde yer alan rekreasyon faaliyetleri insanların yakın çevrelerinde bulabilecekleri faaliyetlerdir. Bunlar; sinema, tiyatro, eğlence merkezleri, kapalı ve açık spor tesisleri, hayvanat bahçeleri vb. gibi alanlardır. Kırsal rekreasyon faaliyetleri geniş arazi kullanımı ve bazı doğal özellikler gerektirdiğinden ancak kırsal alanlarda gerçekleştirilebilmektedir. Bunlar; özel çiftlikler, sahiller, kumsallar, korular, botanik bahçeleri kanallar, baraj gölleri vb. yerlerdir (Özgüç, 2015).

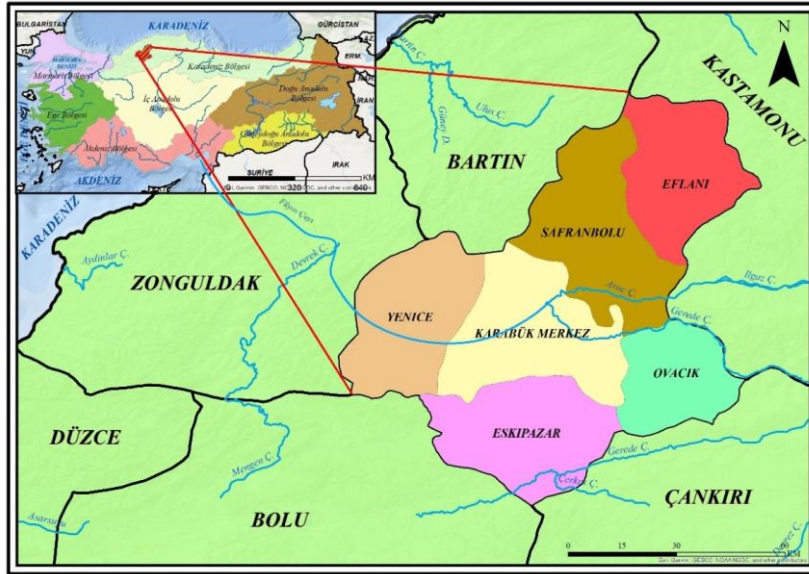
3. MATERYAL ve YÖNTEM

Karabük ili, Türkiye'nin Karadeniz Bölgesi coğrafi sınırları içerisinde yer alan Batı Karadeniz Bölümünde bulunmaktadır. Karabük, yüzölçümü 4145 km² olup kuzeyinde Bartın, doğusunda ve kuzeydoğusunda Kastamonu, güneydoğusunda Çankırı, batısında Zonguldak, güneybatısında Bolu illeri ile sınırlandırılmıştır. Karabük konumu itibarıyla bölgenin önemli bir kavşak noktası durumundadır.

Tablo 1. Karabük İlinin Çevre İllere Göre Uzaklığı

İlin adı	Uzaklığı (km)
1. İstanbul	400
2. Ankara	230
3. Düzce	204
4. Çankırı	195
5. Zonguldak	170
6. Bolu	130
7. Kastamonu	120
8. Bartın	80

Kaynak: Karabük Valiliği



Harita 1. Karabük İlinin Lokasyonu

Çalışmanın konusu olan Karabük ilindeki rekreasyon alanlarının coğrafi dağılımı, ilçeler bazında ele alınmış ve daha detaylı bir şekilde açıklanabilmesi için ayrıntılı saha araştırması, tarama modeli baz alınarak hazırlanmıştır. Öncelikle çalışma ile ilgili alan yazıları taraması yapıldıktan sonra Kültür ve Turizm bakanlığı ile, Karabük İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün güncel resmi internet sitelerinden, Safranbolu Turizm Dayanışma Bürosu'nun gezi rehberi ve programlarından faydalanılmıştır. Araştırmada ilçelerin mülki sınırları içerisinde bulunan rekreasyonel faaliyet alanları, uzaktan algılama (Google Earth) ve CBS (Coğrafi Bilgi Sistemleri) programları kullanılarak rekreasyon alanlarının coğrafi dağılımları harita üzerinde işaretlenmiştir.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Rekreasyon potansiyeli, bir konumun rekreasyon faaliyetlerini destekleme konusundaki doğal kapasitesidir. Rekreasyon potansiyelini tahmin etmek için iki önemli kriter geliştirilmiştir. Bunlar; konumun 'içerdiği doğal cazibe' ve 'rekreasyon fırsatı'dır. Cazibe merkezleri, rekreasyon için potansiyel olarak kullanılacak tüm nesnelere, fenomenlere ve hatta tesisleri ifade etmektedir. Örneğin, belirli bir yerde bir şelalenin veya tarihi yapıtların bulunması rekreasyon için kullanılacak bir fırsat olarak düşünülmektedir (Lew, 1987). Aynı şekilde rekreasyon alanlarının değerlendirilmesi ve gelişmesi sonucunda yakın lokasyondaki konaklama alanlarının, dükkanların, piknik ve kamp alanları sayılarında artış olmaktadır. Bu konumların birçoğu kendi başlarına çekici olmakla birlikte, ziyareti teşvik etmekte, bulunduğu sahanın ekonomik ve sosyal yaşam standartlarını arttırmaktadır (Chhetri ve Arrowsmith, 2008).

Ülkemizdeki rekreasyon alanlarına sahip olan illerin yüzölçümü, rekreasyon alan varlığı, doğal ortam özellikleri ve kentlerin sosyal, ekonomik ve kültürel yapıları birbirinden farklıdır. Bu bağlamda Türkiye’deki illerin sosyal ve kültürel alt yapı alanları kapsamında piknik ve eğlence (açık rekreasyon) alanları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 2. Piknik ve Açık Eğlence Alanı En Fazla Olan 20 İl

İl Adı	Hektar (ha)	İl Adı	Hektar (ha)
1.İstanbul	3.438	11.Bursa	643
2.Konya	2.119	12.Kahramanmaraş	580
3.İzmir	1.167	13.Kütahya	574
4.Muğla	1.501	14.Adıyaman	526
5.Antalya	1.070	15.Sakarya	492
6.Kocaeli	1.062	16.Eskişehir	489
7.Ankara	977	17.Karabük	481
8.Adana	888	18.Uşak	445
9.Kayseri	806	19.Afyonkarahisar	424
10.Denizli	722	20.Düzce	408

Kaynak: T.C Tarım ve Orman Bakanlığı (2018).

Yukardaki çizelgede elde edilen veriler sonucunda, Karabük il sınırları içerisinde bulunan açık rekreasyonel alanlarının ülke bazında sıralaması gösterilmektedir. Buna göre Karabük ili, Türkiye’nin açık alan rekreasyonel alanlarının dağılımında 481 (ha) alanı ile 17. sırada yer almaktadır.

Tablo 3. Karabük İlindeki Başlıca Kapalı Rekreasyon Alan Sayıları

Sinema salonu	12
Tiyatro salonu	3
Kapalı ve Açık Spor Alanları	8
AVM (Alış-Veriş Merkezi)	4
Kafe ve Restoran	3000-3500
Müzeler	4

Kaynak. TÜİK ve Esnaf ve Sanatkarlar Odası (2018).

Tablo 2’de Karabük il sınırları içerisindeki başlıca kapalı rekreasyon alanlarının sayıları gösterilmektedir. Buna göre İl sınırları içerisinde 12 sinema salonu, 3 tiyatro salonu, 4 AVM, 4 müze ve Karabük Esnaf Odasının 2018 verilerine 3000-3500 aralığından kafe ve restoran bulunmaktadır.

Karabük ilinin içerisinde bulunduğu Paflagonya bölgesi farklı dönemlerden beri birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Buraya yerleşen ilk kavim Hititler ile akraba oldukları bilinen Gasgaslar’dır. Gasgaslardan sonra ise Hititler, Kimmerler, Dorlar, Paphlagonlar, Kapadokyalılar Hellenler, Partlar, Galatyalılar, Biritanyalılar, Romalılar hüküm sürmüştür (Gökoğlu,1952). Roma’nın ikiye ayrılmasıyla birlikte Paphlagonia bölgesi, Doğu Roma sınırları içerisinde kalmıştır. Bölgeye Türk akınları 11. yüzyılda başlamış ve Bizans’ın hakimiyeti yavaş yavaş kaybolmaya başlamıştır. Yapılan mücadeleler sonrasında 1190 yılında Türkler bölgeye hâkim olmuşlardır (Kalyoncu ve Tunçözgür,2012). Bu nedenle günümüzde Karabük ilinde birçok tarihi eser ve kalıntılar bulunmaktadır. Ayrıca Karabük derin kanyonları, kayak merkezi, mağaraları, müzeleri, han ve hamamları, cami ve kiliseleri, eşsiz bir ekosisteme sahip olan Yenice Ormanları, 1994 yılında UNESCO tarafından “Dünya Miras Kenti” unvanını almış Safranbolu ilçesi, mesire alanları, AVM’leri, sosyal tesisleri (stadyum, halı saha, oyun parkları vb.) kültür merkezleri ile rekreasyon potansiyelini her geçen gün arttırmaktadır. Rekreasyon faaliyetleri açık ve kapalı

mekanlarda gerçekleştirilmektedir. Karabük, yüz ölçümüne düşen ormanlık alan bakımından %72'lik oranı ile ülkemizin en fazla ormanlık alana sahip olan ilidir (Orman Genel Müdürlüğü, 2019). Bu durum ildeki eko turizmin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Yoğun ormanlık alanları ve vadiler piknik yapmaya elverişli olduğu kadar, yaylacılık faaliyetleri, yürüyüş, tırmanma, bisiklet, son dönemlerin ilgi odağı olan bungee jumping gibi ekstrem sporlar ile açık alan rekreasyon etkinliklerinin gerçekleştirilmesine olanak sağlamaktadır.

Kapalı mekanlarda ve evlerde toplumun kullanımı için ayrılmış boş zaman değerlendirme etkinliklerin ve aktivitelerin yapıldığı kapalı alanlardaki rekreasyon faaliyetlerine kapalı alan rekreasyonu adı verilmektedir (Hazar, 2003). Kapalı alan rekreasyon etkinliklerinin açık alan rekreasyon etkinlikleri kadar doğa ve hava koşullarından etkilenme olgusu yoktur. Çünkü bu tip etkinlikler bireylerin ve toplumların istedikleri zamanda ve mekânda her daim yapabilecekleri faaliyetlerdir (Gül, 2014). Karabük il mülki idari sınırları içerisinde yer alan Safranbolu ilçesinde Tarihi Safranbolu Evlerinin yanı sıra, birçok ilçesinde hamamlar, hanlar, camiler, kiliseler, yer altı mağaraları, kültür merkezleri, AVM'ler, müzeler, kapalı spor tesisleri, fuar ve kongre merkezleri kapalı rekreasyon alanları içerisinde yer almaktadır.

4.1.Karabük Merkez İlçesi

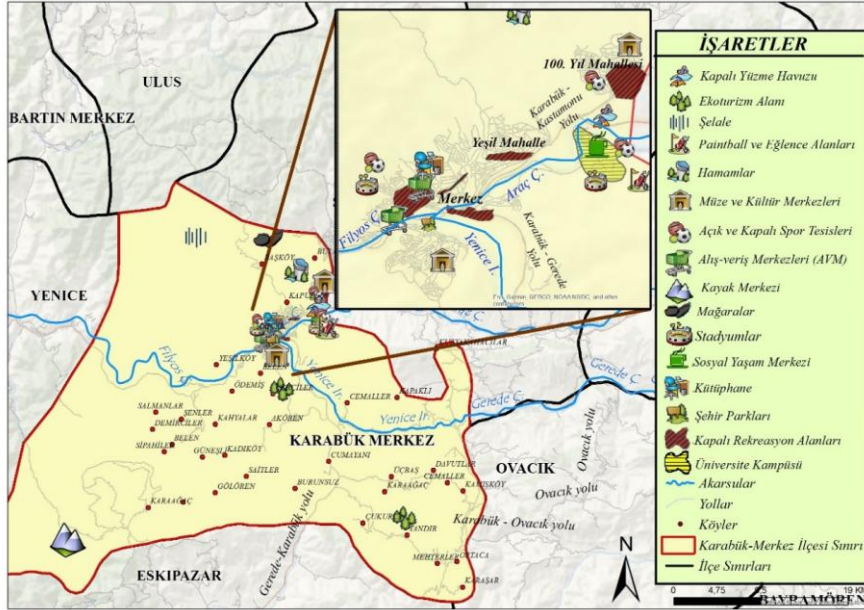
Karabük merkez ilçesi, doğusunda Safranbolu ilçesi, güneyinde Eskipazar ilçesi, batısında Yenice ilçesi ile kuzeyinde Bartın iline bağlı Ulus ilçesi tarafından çevrilmiştir. Merkez ilçe mülki sınırları içerisinde 28 mahalle ve 37 köy yerleşim sahası bulunmaktadır. Merkez ilçe süratli bir şekilde sanayileşme ve eş zamanlı olarak sosyal hayat açısından gelişme evresine girmiştir. Merkez ilçede bulunan Karabük Demir-Çelik Fabrikası yoğun bir işçi göçüne sebep olmaktadır. Bu sayede son dönemlerde merkez ilçedeki rekreasyon alanlarının sayılarında artışlar meydana gelmiştir.

Merkez ilçede kurulmuş olan alış-veriş merkezleri, kafeler ve restoranlar şehirle birlikte planlı olarak gelişme göstermiştir. Kapalı ve açık rekreasyon alanları geniş caddeleri bulunan, her yönden ulaşım kolaylığı sağlanmış, otopark imkanlarının olduğu sosyal ve ekonomik açıdan orta ve yüksek sınıfın bulunduğu bölgede kurulmuştur. Merkez ilçenin çekirdeğinde AVM'ler, kafe ve restoranlar, Halk Kütüphanesi, Demir-Çelik Müzesi, kapalı spor tesisleri yer alırken 100.Yıl Mahallesi, Üniversite mevkiinde yoğun olarak kafe ve restoran alanları, kapalı yüzme havuzu, paintball ve eğlence merkezleri, kütüphane ve kültür merkezi kapalı rekreasyon alanları bulunmaktadır. İlçede 2019 yılında hizmete giren Karabük Şehir Parkı önemli açık rekreasyonel faaliyet alanıdır. Keltepe Kayak Merkezi, son dönemlerde yapılan yatırımlar sonucunda Karabük-Zonguldak-Bartın illeri için kış turizmi etkinlikleri bakımından önemli bir potansiyele sahiptir.



Foto 1. Keltepe Kayak Merkezi (Orijinal, 2020)

Ayrıca, Bulak Köyü sınırlarında bulunan Bulak Mağarası, Başköy köyü yakınlarında Baklabostan Şelalesi, Çerçiler ve Tandır köylerinde eko turizm sahaları, merkez ilçenin önemli açık alan rekreasyon alanlarını oluşturmaktadır.



Harita 2. Karabük Merkez İlçesinin Açık ve Kapalı Rekreasyon Alanları

4.2. Safranbolu İlçesi

Safranbolu ilçesi, kuzeyinde Bartın ili ile Eflani ilçe merkezi, doğusunda Kastamonu ili, güneyinde Karabük il sınırları içerisinde yer alan Ovacık ilçesi ve batısında Karabük il yönetsel merkezi tarafından çevrelenmiştir. İlçe mülki idare sınırları içerisinde 21 mahalle ve 60 köy (kırsal) yerleşim merkezi bulunmaktadır.

Karabük mülki idari sınırları içinde kalan Safranbolu ilçesi doğal, kültürel ve görsel değerleri ile gerçekleştirilen rekreasyonel faaliyetlerinin en yoğun olduğu alandır. Bu nedenle ilçe hem yurt içinden hem de yurt dışından gelen birçok turiste ev sahipliği yapmaktadır. 1975 yılında Yüksek

Anıtlar Kurulunun Safranbolu'yu "Kentsel Sit" ilan etmesiyle, akademik düzeyde başlayan kente olan ilgi zamanla tüm dünyaya yayılmıştır. Safranbolu sahip olduğu kültürel mirası ve bu mirası korumadaki başarısı ile 1994 yılında UNESCO tarafından "Dünya Miras Kenti" unvanını almış, bu da Safranbolu'nun tüm dünyanın ilgisini çekmiştir (Özdemir, 2011).



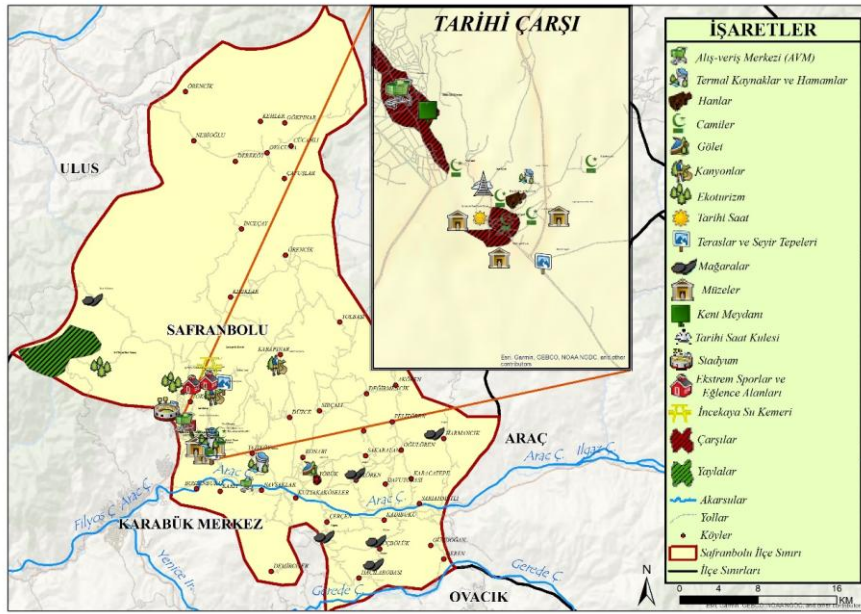
Foto 2. Tarihi Safranbolu Evleri (Orijinal, 2020)

İlçenin turistik ve tarihi eserlerin yoğunlaştığı kesime Tarihi (Eski) Çarşı denilmektedir. Eski Çarşının kapalı rekreasyon alanları içinde, Safranbolu ilçesini Türkiye de ve Dünyada üne kavuşturan Tarihi Safranbolu Evleri bulunmaktadır. Osmanlı sivil mimarisinin ihtişamlı yapısı olan bu evler 18 ve 19.Yy başlarında yapılmış ve tarihi çarşı kısmında yaklaşık 2000 geleneksel Türk evi bulunmaktadır. Eski çarşının tepelik kısmında, Hükümet Binası, Saat Kulesi ve Kent Tarihi Müzesi bulunmaktadır. Eski çarşının merkezi kısmında 1645 yılında Karabaşzade Hüseyin Efendi tarafından yapılan Cinci Hanı yer almaktadır. Çarşı merkezinde hamam kültürünün en güzel örneğini teşkil eden ve Hüseyin Efendi tarafından yaptırılan Cinci Hamamı bulunmaktadır. Eski çarşının göbeği olarak adlandırılan çukurluk mevkiinde Sadrazam Köprülü Mehmet Paşa tarafından yaptırılan Köprülü Mehmet Paşa Camii ile Safranbolu'lu Sadrazam İzzet Mehmet Paşa tarafından yaptırılan İzzet Paşa Camii dikkat çeken eserlerdir. Çarşının güneyinde ise deri işlenen fabrika anlamına gelen ve Kurtuluş Savaşı için çarıkların dikildiği eski Tabakhane atölyeleri yer almaktadır. Çarşı merkezinde birçok ev eşyası, lokum satış dükkanları, kafe ve restoranlar Eski Çarşının kapalı rekreasyon alanlarını oluşturmaktadır. Eski çarşının açık rekreasyon alanlarını ise Hıdırlık Tepesi, Güneş saati ve Taş Değirmen (Saklı Cennet) oluşturmaktadır.

Safranbolu ilçe merkezine ise Yeni Çarşı denilmektedir. İlçe merkezinde birçok alışveriş merkezi, kafe ve restoranlar gibi kapalı rekreasyonel alanları bulunmaktadır. İlçe merkezine 2 km uzaklıkta açık ve kapalı spor tesisleri yer almaktadır. Safranbolu ilçe merkezine 13 km uzaklıkta olan Düzce kanyonu foto safari ve yaban hayatının koruma alanı olarak düzenlenmiş bir alandır. Ayrıca ilçede Tokatlı Kanyonu üzerine Sadrazam İzzet Paşa tarafından yaptırılan İnce Kaya Su Kemerli bulunmaktadır. Tokatlı Kanyonu ise yürüyüş parkurları bulunan bir açık rekreasyon sahasıdır. Düzce Kanyonu, Sırçalı Kanyonu ve Sakaralan Köyü Yağcı Kanyonu birbiriyle bağlantılı

kanyon sırasının üç farklı kolu olmaları nedeniyle jeoturizm kapsamında jeoyol olarak dikkat çekmektedir. Bunlara ilave olarak Tokatlı Kanyonu da jeoturizm için elverişlidir (Diker, Deniz ve Çetinkaya, 2016). Tokat kanyonu'nun 80 m üzerinde 3 cm kalınlığında 3 camdan oluşan bir cam teras (Kristal Teras) bulunmaktadır. İlçe merkezinin kuzeyindeki başka açık rekreasyon alanları ise 1700 metre yükseklikte olan ve trekkingi doğa yürüyüşü, dağ bisikleti parkuru ve kamp alanları bulunan Sarıçicek Yaylası ve Safranbolu Kent Ormanı'dır.

Safranbolu ilçesi mülki sınırları içerisinde yer alan ve ilçenin güneyini oluşturan sahada birçok rekreasyonel alanlar mevcuttur. Karabük-Kastamonu yolu üzerinde ilçenin en büyük alışveriş merkezi olan Safran Park AVM bulunmaktadır. Safranbolu ilçesine bağlı Yazıköy'de Tarihi Yazıköy Hamamı yer almaktadır. Konarı Köyü'nde ise 1317 yılından günümüze kadar varlığını sürdüren Dipsiz Göleti bulunmaktadır. Yörük Köyü'nde ise birçok tarihi yapı bulunması yanı sıra birçok kafe -restoran ve tarihi kıraathane bulunmaktadır. İlçede Akören, Harmancık, Üçbölük, Hacılarobası ve Çerçen köylerinde mağaralar bulunmaktadır.



Harita 3. Safranbolu İlçesindeki Açık ve Kapalı Rekreasyon Alanları

4.3. Yenice İlçesi

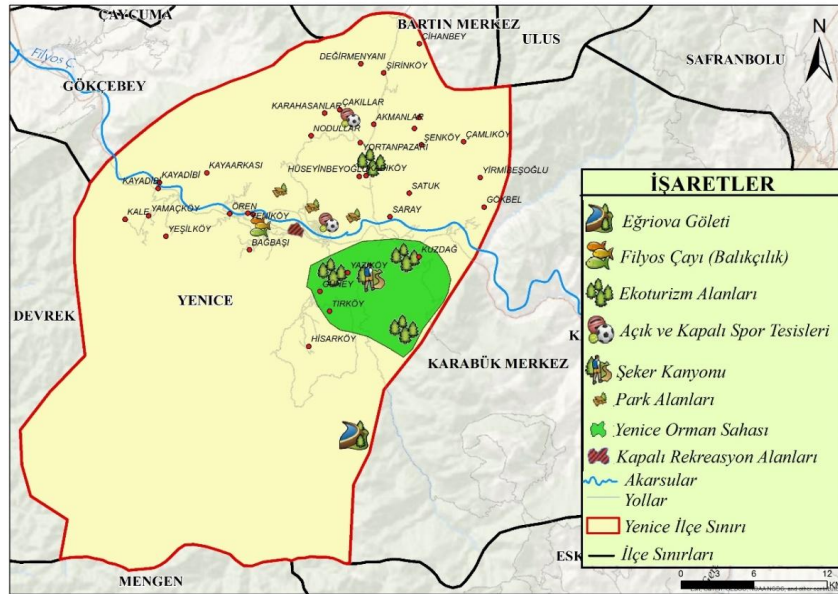
Yenice ilçesi, batısında Zonguldak iline bağlı olan Gökçebeğ ve Devrek, güneyinde Bolu iline bağlı Mengen ilçesi, kuzeyinde Bartın il merkezi ve Ulus ilçesi ve doğusunda bağlı olduğu Karabük il merkezi ile sınırlanmıştır. İlçe ulaşım açısından 4 ilin (Karabük, Zonguldak, Bartın ve Bolu) kavşak noktasında yer almaktadır. Yenice ilçesi mülki idari sınırları içerisinde 17 mahalle ve 34 köy yönetsel alanı bulunmaktadır. Ayrıca Karabük ilinin tek beldesi konumunda olan Yortan Beldesi de Yenice ilçe sınırları içerisinde bulunmaktadır.

Yenice ilçesinin en önemli açık rekreasyonel faaliyet alanı, ilçe merkezine 5 km uzaklıkta bulunan Yenice Ormanları'dır. Bu ormanlar 1999 yılında Dünya Doğayı Koruma Vakfı tarafından (WWF) "acil korunması gereken 100 sıcak noktadan biri" ilan edilmiştir. Yenice Ormanları "Avrupa Ormanları'nın Sıcak Noktaları" olarak tanımlanmıştır. Karabük ili sınırlarındaki Yenice Ormanları, Türkiye'de bulunan dokuz sıcak noktadan birini oluşturmaktadır. Bunun nedeni; bu ormanlarda tropik bölgeler dışında, dünyada pek az ormanda görülecek kadar çok sayıda ağaç, ağaççık, bitki ve yaban hayvanının bir arada yaşamakta olduğudur. Son olarak Yenice Ormanları, Türkiye'deki önemli 122 Bitki Alanı'ndan birisidir. Büyük ölçüde nemli orman topluluklarından oluşan bu bölge en önemli doğal kaynak değerlerinden biridir. Bir orman bütünlüğü ya da bir orman parçası üzerinde, açık havada dinlenmeye ilişkin çeşitli insan etkinliklerine orman

Karabük İlindeki Rekreasyon Alanlarının Coğrafi Dağılışı

rekreasyon etkinlikleri denilmektedir (Atken, 2003). Bu etkinlikler genelde piknik, atlı-yaya yürüyüşleri, kılavuzlu turlar, çeşitli spor etkinlikleri, manzara seyri vb. olabileceği gibi hiçbir bedensel etkinlikte bulunmaksızın bir süre orman havasını teneffüs etme, orman ekosistemine özgü ortam içinde zihinsel ve bedensel dinlenme şeklinde de gerçekleştirilmektedir (Aslanboğa ve Gül, 1999). Yenice Ormanlarında, gününbirlik veya kamplı yürüyüş güzergâhları ile bisiklet rotaları dışında; kanyoning, kaya tırmanışı, kuş gözlemi, foto safari, botanik yürüyüşleri, rafting ve yamaç paraşütü gibi outdoor (açık hava) aktiviteleri yapılabilmektedir. 2009 yılında Karabük Valiliği ve Yenice Kaymakamlığı tarafından oluşturulan bir proje ile 210 km boyunca işaretlenen yol üzerinde 21 yürüyüş parkuru işaretlenmiştir. Yürüyüş parkurları gününbirlik, kısa ve uzun olmak üzere 3 kategoride toplanmıştır (Polat ve Polat, 2012).

İlçenin doğusunda yer alan Tirköy, Güney, Yazıköy ve Kuzbağ köy yönetsel alanlarında ilçenin, potansiyeli en yüksek açık alan rekreasyon sahası Şeker Kanyonu ve eko turizm (kanyoning) alanı bulunmaktadır. İlçenin güneyinde Eğriova Göleti'nde kamping ve balıkçılık faaliyetleri yapılmaktadır. İlçenin diğer açık alan rekreasyon faaliyetlerinin yapılabilecek lokasyonları; Yenice Orman İçi Dinlenme Tesisleri, Yortan Mesire ve diğer mesire alanları ve Göktepe Tabiat Parkıdır. İlçedeki açık ve kapalı spor tesisleri, Yortan Beldesi idari sınırları içerisinde ve Yenice ilçe merkezinde bulunmaktadır. İlçede son dönemlerde Filyos Çayı üzerinde balıkçılık faaliyetlerin yoğun bir şekilde yapıldığı saptanmıştır. Kapalı rekreasyon alanları ilçenin merkezinde (kafe-restoran-eğlence merkezleri) kurulmuştur.



Harita 4. Yenice İlçesinin Açık ve Kapalı Rekreasyon Alanları

4.4.Eskipazar İlçesi

Eskipazar ilçesi doğusunda Çankırı ilinin Çerkeş ilçesi, kuzey doğusunda Karabük iline bağlı Ovacık ilçesi, batısında Bolu'nun Mengen, güney batısında Gerede ve kuzeyde Karabük merkez ilçesi ile sınırlandırılmıştır. Eskipazar ilçesi mülki idari sınırları içerisinde 7 mahalle ve 50 köy yönetsel alanı bulunmaktadır.

Eskipazar ilçesinin rekreasyon faaliyetlerinin gerçekleştiği alanlar genel olarak şehir merkezi ve yakın çevresinde toplanmıştır. Bu alanların içerisinde en önemli rekreasyon alanı Hadrianapolis Antik Kenti'dir. Bu antik kent Eskipazar ilçe merkezine 4 km uzaklıktadır (Keleş-Çelikbaş-Yılmaz 2011, 39; Keleş vd. 2015, 661; Çelikbaş vd. 2017, 645). Yapılan kurtarma kazılarında erken Hristiyanlık dönemine ait Bizans Kilise kalıntısı ve kilise zemininde çeşitli figürlerden oluşan

mozaikler bulunmuştur (Keleş-Çelikbaş-Yılmaz 2014, 271-290). Hristiyan inancına göre cennette bulunan 4 nehrin adları geçtiği ve bu adların yazılı olduğu başka mozaığın ülkemizde bulunmadığı öğrenilmiştir. Bu bulgular antik şehrin Piskoposluk merkezi olma ihtimalini kuvvetlendirmektedir (Kılavuz ve Çelikbaş,2013; Keleş-Çelikbaş 2019, 188-189; Çelikbaş 2019, 80). Ayrıca ilçede Roma döneminde önemli bir yerleşim merkezi olan Kimistene Antik Kenti bulunmaktadır



Foto 3. Hadrianapolis Antik Kenti (Tunç, 2018).



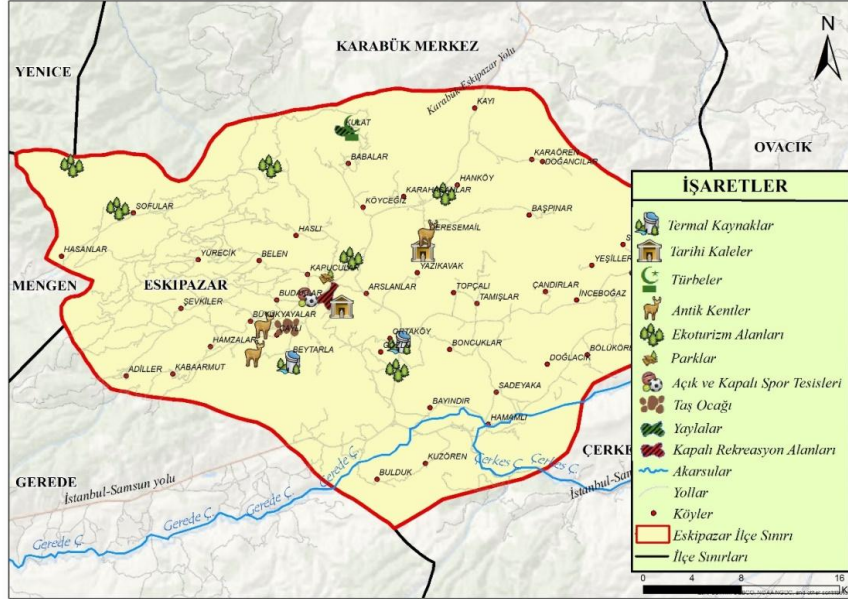
Foto 4. Antik Kentteki mozaikler (Çelikbaş, 2018)

İlçenin Deresemail Köyü yönetsel alanı sınırları içerisinde, sığınma amaçlı yapılmış Asar Kalesi bulunmaktadır. İlçe merkezinde halkın rahatlaması ve enerji toplaması amacıyla tasarlanmış olan açık ve kapalı rekreasyon alanlarının bulunduğu Sarı Kale ilgi çekmektedir. Kulat Köyü sınırları içerisinde bulunan yayla da Bahattin Gazi Türbesi bulunmakta ve her temmuz ayında anma törenleri yapılmaktadır. İlçede Akkaya Termal Kaynağı ve hamamları sağlık turizmi açısından potansiyeli yüksek sahadır. Eskipazar ilçesinde birçok ekoturizm sahası bulunmaktadır. Bunların içerisinde en önemlisi Çetiören Mesire alanıdır. Bu alan Eskipazar ilçesinin kuzeyinde yer alırken, 2500 kişilik anfi tiyatro şeklinde düzenlenmiş yağlı güreş alanı ile foto safari yapılabilecek

Karabük İlindeki Rekreasyon Alanlarının Coğrafi Dağılışı

güzellikte manzarası bulunmaktadır. İlçede kapalı ve açık spor tesisleri ve diğer kapalı rekreasyon alanlar (kafe-restoran ve eğlence merkezi) ilçe merkezinde ve yakın çevresinde yer almaktadır.

Eskipazar ilçesinde her yıl Avcılar ve Atıcılar Derneği tarafından yaz aylarında (Haziran-Temmuz-Ağustos) süreli avı etkinlikleri düzenlenmektedir. Bölgede çok miktarda yaban domuzu, ayrıca tilki, tavşan, ayı, keklik, çoran, kara tavuk, çulluk ve bıldırcın gibi hayvanlar avlanmaktadır. Bu bağlamda ilçe avcılık faaliyetleri açısından zengindir.



Harita 5. Eskipazar İlçesinin Açık ve Kapalı Rekreasyon Alanları

4.5.Eflani İlçesi

Eflani ilçesi, batıda Karabük il sınırları içerisinde yer alan Safranbolu ilçesi ile kuzeybatısında Bartın il mülki sınırlarında bulunan Ulus ilçesi ve Kastamonu iline bağlı Pınarbaşı, Araç ve Daday ilçeleri ile sınırlandırılmıştır. Eflani ilçesinin yönetsel alanı içerisinde 6 mahalle ve 54 köy yerleşim sahası bulunmaktadır.

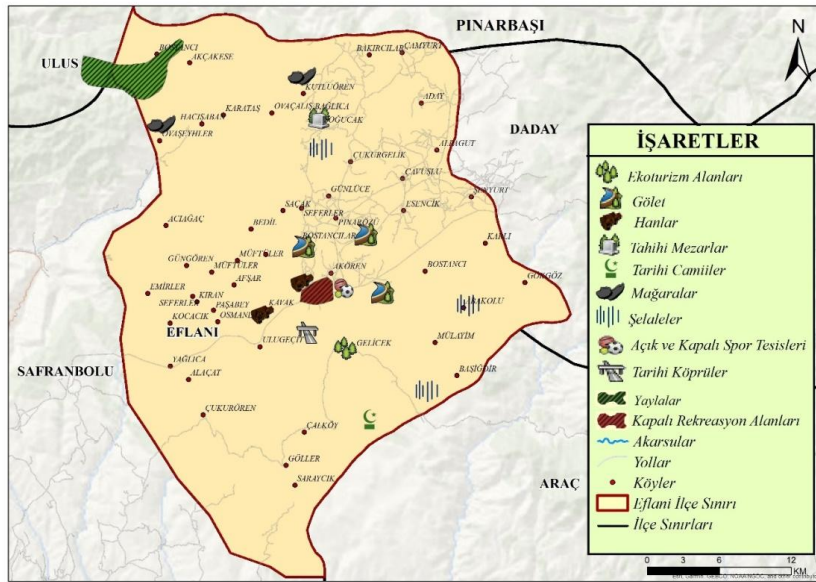
Yapılan saha çalışmaları sonucunda Eflani ilçesinde yoğun olarak açık rekreasyon alanlarının bulunduğu tespit edilmiştir. Eflani, Karabük ilinin ortalama yükseltisi baz alındığında diğer ilçelere göre geniş düzlüklere sahip olan bir ilçedir. İlçenin kuzeybatısında, Bartın il sınırı ile Eflani'ye bağlı Bostanlı ve Akçakese köyleri arasında eko turizm potansiyeli yüksek olan Uluyayla bulunmaktadır. Uluyayla açık rekreasyon sahasında yaz aylarında şenlikler düzenlenmektedir. Ayrıca yaylada çadırli kamp ve doğa yürüyüşü etkinlikleri yapılmaktadır.

İlçede yer alan düzlükler üzerinde sulama amaçlı yapılan 3 gölet bulunmaktadır. İlçe merkezinin güney doğusunda Daday yolu üzerinde Bostancı (ortakçı) Göleti, iki ormanlık sahanın arasına kurulmuş olup 25-30 m derinliğinde ve 1150 m genişliğindedir. Ayrıca gölette kapalı rekreasyon alanları bulunmaktadır. İlçedeki diğer göletler ise Kadıköy (Esencik) ve Eflani ilçesine 3 km uzaklıkta bulunan olta balıkçılığı faaliyetlerinin yoğun olarak yapıldığı Bostancılar göletleridir. İlçede Abakolu köyünde şelaleye göre daha küçük çapta bulunan çağlayan bulunurken, Demirli ve Çukurgelik köylerinde açık rekreatif alanların en güzel örneklerini teşkil eden şelaleler bulunmaktadır.



Foto 5. Ortakçı Gölü (Orijinal, 2019)

Eflani ilçesinde kapalı rekreasyon alanları ilçe merkezinde yoğunluk göstermektedir. İlçe merkezinde kapalı spor tesisleri, hanlar, restoran ve kafeler bulunmaktadır. Demirli köyünde 1453 yılında Candaroğlu İsmail tarafından yaptırılmış olan Küre-i Hadid Camii bölgenin en eski yapıları içerisinde yer almaktadır. Eflani ilçesinin ilçe merkezinde bulunan 1884 yılında yapılan Taşhan ilçenin en önemli tarihi yapısıdır. İlçede, Ulugeçit Köyü'nde bulunan ve köyün ismi ile anılan Ulugeçit Mağarası 1945'li yıllarda II Dünya Savaşı'nın endişesi ile mağara sığınak olarak kullanılmıştır. Günümüzde mağara yerli ve yabancı turistlerce ziyaret edilmektedir. İlçede Kutluören Köyü'nün kuzeyinde birçok mağara bulunmaktadır Kutluören Köyü'nün güneyin yer alan Soğucak Köyü'nde tarihi mezarlar önemli kapalı rekreasyon alanıdır.



Harita 6. Eflani İlçesinin Açık ve Kapalı Rekreasyon Alanları

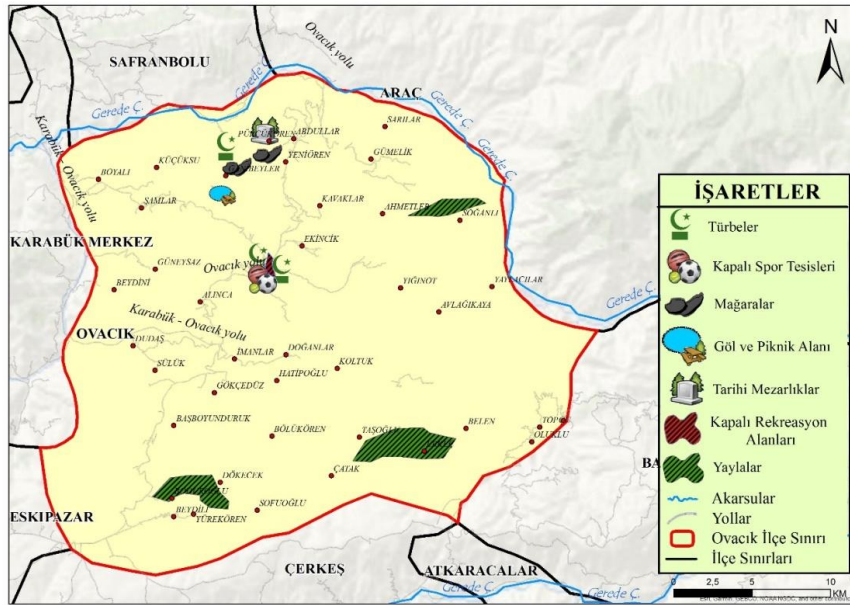
4.6.Ovacık İlçesi

Ovacık ilçesi, kuzeyde Safranbolu ilçesi, batıda Karabük İl merkezi, güneyde Çankırı il idari sınırı içinde bulunan Çerkeş, Atkaracalar ve Bayramören ilçeleri doğusunda Kastamonu iline bağlı Araç ilçesi ile sınırlandırılmıştır. İlçe mülki sınırları içerisinde 1 mahalle ve 42 köy bulunmaktadır. Ayrıca Ovacık ilçesi 2019 yılı nüfus verilerine göre Türkiye'nin en az nüfuslu ilçesidir.

Karabük İlindeki Rekreasyon Alanlarının Coğrafi Dağılışı

Ovacık ilçesi, Batı Karadeniz Bölümü'nün yüksek jeomorfolojik üniteleri olan Ilgaz ve Köroğlu Dağları'nın uzantısında yer almaktadır. Bu nedenle ilçe, ormanlık sahası ve yaylaları geniş alan kaplamaktadır. İlçenin en geniş yaylaları arasından olan Çatak-Belen Yaylası, Göllü Yayla ve her yıl şenliklerin düzenlendiği Bodurlu Yaylası ilçenin önemli açık rekreasyon alanlarını oluşturmaktadır. Bu yaylalar, yaz ayları sıcaklığından kurtulmak isteyen insanların yoğun uğrak alanı olan sayfiye yaylarıdır (Özçağlar, 2015). Bir zamanlar hayvan otlatılan bu alanlar günümüz koşullarında ilçe adına önemli açık rekreasyon alanı olarak kullanılmaktadır. İlçede Küçüksu Köyü yönetsel alanının güneyinde yer alan Karagöl Piknik Alanı ilçenin diğer açık alan rekreasyon sahasıdır.

Ovacık ilçesi sınırları içinde kalan Pürçükören Köyü, Karakoyunlu Mahallesinde Lidya uygarlığına kadar uzanan kaya mezarları bulunmaktadır. Bu mezarlıklara Karain Kaya Mezarlıkları denilmektedir. İlçe merkezinde Can Baba ve Yerli Baba Türbeleri bulunurken, Pürçükören köyünde Horasanlı Musa Efendi Türbesi bulunmaktadır. İlçenin kuzeyinde bulunan Yeniören ve Ganibeyler köyleri yönetsel alanlarında Kayadibi Mağaraları yer almaktadır. İlçenin merkezinde kapalı ve açık spor tesisleri, restoranlar ve kiraathaneler kapalı rekreasyon alanlarını oluşturmaktadır.



Harita 7: Ovacık İlçesindeki Açık ve Kapalı Rekreasyon Alanları

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada, Coğrafya ilminin dağılışı ilkesi ön planda tutularak Karabük ilinin açık ve kapalı rekreasyonel alanları ilçeler düzeyinde harita üzerinde işaretlenmiş ve alanların mevcut durumu ortaya konmuştur. Karabük ili; dünyaca ünlü Safranbolu ilçesi, Yenice Ormanları, tarihi kalıntıları, antik kentleri Türk-İslam mimarisine sahip olan camileri, hamamları, hanları ile ormanlık alanları, jeomorfolojik yapısı, bitki ve hayvan türleri, su kaynakları, alışveriş merkezleri, kafe, restoran ve eğlence merkezleri nedeniyle açık ve kapalı rekreasyon alanlar bakımından ülkemizin önde gelen illerinden biridir.

Birçok coğrafyacının değindiği gibi rekreasyonel sahaların dağılımı, rekreasyonel alanların rasyonel kullanımı, bu alanlara uygun doğal yapıyı deforme etmeyecek şekilde tesislerin artırılması ve rekreasyonel alanların tanıtılması kapsamında akademik çalışmaların yapılması gerekmektedir. Karabük ilindeki rekreasyonel faaliyetlerin yoğun olarak gerçekleştirildiği ve birçok tur şirketinin gezi planlarında olan Safranbolu ilçesi haricinde, diğer ilçelerdeki rekreasyonel alanlarının da tanıtılmalıdır. Bu bağlamda Ekipazar ilçesindeki Hadrianapolis

Antikkenti Hristiyan inancına göre cennette bulunan 4 nehrin adları geçtiği mozaiklerin ve piskoposluk merkezi olma ihtimali açısından yerli ve yabancı ziyaretçi çekme potansiyeli oldukça yüksek olan sahadır. Reklamlar, akademik çalışmalar, dergiler, broşürler, TV ve radyo yayınları ile antik kent tanıtılmalı ve turların gezi planlarına dahil edilmesi sağlanmalıdır.

Yenice İlçesi orman içi rekreasyon alanlarının potansiyelinin oldukça yüksek olduğu bilinmektedir. Yenice ilçesi konum itibarıyla Zonguldak-Bartın-Karabük üçgeni üzerinde kavşak konumunda bulunması tur programlarının daha fazla yapılabilmesi adına ilçe avantajlı konumdadır. Bu bağlamda çeşitli çalışmalarla var olan talebin daha da arttırılması sağlanmalıdır. Yurt içi ve yurt dışından gelen daha uzun süre sahada kalmak isteyen turistler için, Yenice Ormanlarının doğal yapısının deforme edilmeden konaklama tesislerinin sayısının arttırılması var olan talebi karşılayacak ve alana daha fazla turist çekip, tanınması ve tanıtılmasına olanak sağlayacaktır. Açık rekreasyonel alan potansiyeli yüksek olan Yenice ilçesinin rekreasyon alanlarının ilgili mercilerin yönlendireceği uzmanlar tarafından yerinde tespit edilip, doğru planlamalar yapılarak geliştirilmesi gerekmektedir.

Karabük merkez ilçesi mülki sınırları içerisinde yer alan Keltepe Kayak Merkezi Karabük-Zonguldak-Bartın üçgenindeki tek kayak merkezidir. Son dönemlerde yapılan yatırımlar neticesinde rekreasyon faaliyetleri için geliştirilmeye çalışılan bir sahadır. Fakat günümüzde Keltepe Kayak Merkezi'nde günübirlik tesis (kantin) haricinde konaklanacak bir tesis bulunmamaktadır. Yani kayak merkezi sadece günübirlik faaliyetler için hizmet vermektedir. Mevcut potansiyeli yüksek olan Keltepe kayak merkezine tüm yaş, gelir ve meslek sahiplerine hizmet verecek otellerin inşa edilmesi gerekmektedir. Ayrıca turistlerin ve ulaşım imkânı bulunanların haricinde, ulaşım imkânı kısıtlı olan Karabük Üniversitesi öğrencilerinin de yoğun ilgisi göz ardı edilmemeli, ulaşım imkanları arttırılmalıdır. Karabük Valiliği tarafından sadece hafta sonları hizmet veren, günde tek sefer gerçekleştiren (geliş-gidiş) servisler tahsis edilmiştir. Bu servislerin günde en az 2 sefere çıkarılması gerekmektedir.

Karabük ilinin coğrafi yapısından kaynaklanan yaylalar, mağaralar, ormanlık sahalar, eko turizm alanları, piknik ve mesire sahaları yoğun bir açık alan rekreasyon faaliyetlerinin gerçekleştirilmesine zemin hazırlamaktadır. Bu alanlarda düzenli istatistiksel verilerin tutulması, ilgili rekreasyonel alanlarının geliştirilmesi adına ileride yapılacak olan planlamalara katkı sağlayacaktır.

Sonuç olarak yerel yönetimler, Karabük İl Kültür ve Turizm Bakanlığı ile koordineli bir şekilde geleceğe yönelik sürdürülebilir planlamalar yapılmalıdır. Planlama sürecinde halkın istekleri, talepleri ve ihtiyaçları belirlenmelidir. Aynı zamanda kullanıcılara belirli aralıklarla anket yöntemleri uygulanarak durum analizi yapılmalı ve sorunları tespit edilerek çözümler üretilmelidir.

KAYNAKÇA

- Aslan Z, (1993). Sanayileşme ve Kentleşmenin Doğada Rekreasyon Faaliyetlerine Duyulan Gereksinimi Arttırıcı Etkisi. *Ekoloji Çevre Dergisi*, (8): 22-24.
- Aslanboğa, İ. ve Gül, A. (1999). *Kemalpaşa Ormanlarının Rekreasyonel Değeri*, Kemalpaşa Sempozyumu 3-5 Haziran. İzmir
- Atken, M. (2003). Isparta İlindeki Bazı Rekreasyon Alanlarının Mevcut Potansiyellerinin Belirlenmesi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, A(2): 115-132
- Chhetri, P., ve Arrowsmith, C. (2008). GIS-based modelling of recreational potential of nature-based tourist destinations. *Tourism Geographies*, 10(2), 233-257.
- Clawson, M., ve Knetsch, J. L. (1971). *Economic of Outdoor Recreation*. Baltimore: John Hopkins Press.

Karabük İlindeki Rekreasyon Alanlarının Coğrafi Dağılışı

- Çelikbaş, E. (2019). "Hadrianoupolis Kilise C Yapısı'nda Ele Geçen İki Adet Yün Tarağı Üzerine Değerlendirme", *TÜBA-KED*, (20), 73-82.
- Çelikbaş, E., Keleş, V. ve Ergürer, E., (2017). "Hadrianoupolis 2016 Yılı Çalışmaları", *39.Kazı Sonuçları Toplantısı*, Cilt:3, Ankara, 645-654.
- Çevirgen, A. (1996). Termal kür merkezlerinin rekreatif amaçlı gelişimi ve örnek bir uygulama (Bastırılmamış Yüksek lisans tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Diker, O., Deniz, T., ve Çetinkaya, A. (2016). Jeoturizm Kapsamında Safranbolu'da Coğrafi Kaynakların Değerlendirilmesi ve Safranbolu Jeoturizm Potansiyelinin Belirlenmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 334-348. 6 Mayıs 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/johut> adresinden erişildi.
- Gökoğlu, A. (1952). *Paphlagonia (Paflagonya): gayri menkul eski eserleri ve arkeolojisi*. Doğrusöz Matbaası.
- Gül, T. (2014). Rekreasyon Olgusuna Genel Yaklaşım. *Rekreasyona Giriş içinde*, 2-69.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A., ve Dinç, Y. (2009). *Boş zaman ve rekreasyon yönetimi:(örnek animasyon uygulamaları)*. Detay yayınları.
- Hazar, A. (2003). *Rekreasyon ve animasyon: rekreasyon ve animasyon teorisi, animasyon hizmetlerinin yönetimi, geleneksel kültür canlandırması, uygulamalı animasyon etkinlikleri*. Detay Yayıncılık.
- Janiskee, R. L. ve Mitchell, L. S. (1989). Applied recreation geography. In *Applied geography: Issues, questions, and concerns* (pp. 151-163). Springer, Dordrecht.
- Kalyoncu, H., ve Tunçözgür, Ü. (2012). *Mücadele ve Safranbolu*. Karabük Valiliği Yayınları.
- Karabük Esnaf Odası (2020).
- Karabük Valiliği (2020). 3 Haziran 2020 tarihinde <http://www.karabuk.gov.tr/> adresinden erişildi.
- Keleş, V., Çelikbaş, E., Yılmaz, A., (2011). "Hadrianoupolis 2010 Yılı Çalışmaları (İlk Sezon)", *33.Kazı Sonuçları Toplantısı*, Cilt:1, Ankara, 39-53.
- Keleş, V., Çelikbaş, E. ve Yılmaz, A., (2014). "Paphlagonia Hadrianoupolis'i", *Anadolu'nun Zirvesinde Türk Arkeolojisininin 40 Yılı*, Edi.: H.Kasapoğlu-M.A.Yılmaz, Ankara, 271-290.
- Keleş, V., Kılavuz, B.N., Çelikbaş, E. ve Yılmaz, A., (2015). "Hadrianoupolis 2013 Yılı Çalışmaları", *36.Kazı Sonuçları Toplantısı*, Cilt:3, Ankara, 661-670.
- Keleş, V. – Çelikbaş, E. (2019). "Hadrianoupolis Nekropoller ve Mezar Tipleri", *Aizanoi IV: Anadolu'da Hellenistik ve Roma Dönemlerinde Ölü Gömme Adetleri*, Edi. E. Özer, Ankara: Bilgin Kültür ve Sanat Yayınları, 187-212.
- Kılavuz, B. N., & ÇELİKBAŞ, E. (2013). Paphlagonia Hadrianoupolis'i/Paphlagonian Hadrianoupolis. *Journal of History Culture and Art Research*, 2(3), 159-214.
- Kılbaş, Ş. (2001). Rekreasyon–Boş Zamanı Değerlendirme. *Adana: Anaca Yayınları*
- Lew, A. (1987) A framework of Tourist Attraction Research, *Annual of Tourism Research*, 14, pp. 553– 575.
- Martin, W.H. ve Mason, S. (2003). Leisure in Three Middle Eastern Countries. *World Leisure Journal*, 45 (1), 35-44. 11 Ocak 2020 tarihinde <https://www.tandfonline.com/> adresinden erişildi.
- McMurray, K. C. (1930). The use of land for recreation. *Annals of Association of the American Geographers* 20(1), 7–20.
- Özçağlar, A. (2015). *Yönetmelik Coğrafya*. Ankara: Nika Yayınevi.
- Özgüç, N. (2015). *Turizm coğrafyası*. İstanbul: Çantay Kitabevi. 8.Baskı
- Özdemir, Ü. (2011). Safranbolu'nun Kültürel Miras Kaynakları ve Korunması. *Eastern Geographical Review*, 16(26). 4 Aralık 2019 tarihinde <https://web.b.ebscohost.com/> adresinden erişildi.

- Polat, S., ve Polat, S. A. (2012). Karabük Yenice Ormanları'nın Rekreasyon Potansiyelinin Değerlendirilmesi. I. *Rekreasyon Araştırmaları Kongresi*, 12-15.
- Plummer, Ryan. (2009), *Outdoor Recreation*, First Edition Published by Routledge, New York. the
- T.C Tarım ve Orman Bakanlığı (2018).
- TÜİK (*Sinema ve Tiyatro İstatistikleri* 2020).



Lise Öğrencilerinde Dijital Oyun Bağımlılığı Üzerine Bir Alan Araştırması: Uşak Örneği

Field Research of Digital Game Addiction in High School Students: The Case of Uşak

Öykü Ummuhan SOYÖZ-SEMERÇİ¹, Emre Vadi BALCI²

¹Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Uşak, Türkiye
²Uşak Üniversitesi, Yeni Medya Bölümü, Uşak, Türkiye

ORCID:

Ü.S.S.: 0000-0002-2337-9522

E.V.B.: 0000-0002-9687-0849

Corresponding Author:

Öykü Ummuhan SOYÖZ-SEMERÇİ

Email:

oykusoyoz@hotmail.com

Citation: Soyöz-Semerci, Ö. U. ve Balcı, E. V. (2020). Lise öğrencilerinde dijital oyun bağımlılığı üzerine bir alan araştırması: Uşak örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 538-567.

Submitted: 26.05.2020

Accepted: 10.06.2020

Özet

Dijital dünyada gelişen sanal ağ ortamları giderek artış göstermektedir. Sosyal medya araçları gün geçtikçe çeşitlilik göstermektedir. Bu durum çocuklar ve özellikle gençler için tehlikeli hale gelmektedir. Dijital oyunların ergenlerde, hatta yetişkinlerde bağımlılık etkisi giderek artmaktadır. Kolaylıkla erişilebilen programlar ve oyunlar, hiçbir şekilde güvenlik ağına takılmadan sosyal medya programları tarafından sunulmaktadır. Bu çerçevede çalışma lisede öğrenim gören öğrencilerin dijital oyun bağımlılığını tespit etmeye yöneliktir. Çalışma kapsamında öğrencilerin dijital oyun bağımlılık düzeylerinin, oyun bağımlılığının cinsiyete göre farklılığının, internet kullanım sıklığının, şiddet içerikli oyunların ergenlere etkisinin, anne ve babanın eğitim seviyesinin nasıl değişim gösterdiğini belirlemek amacıyla çalışmaya yön verilmiştir. Bu nedenle araştırmada ilişkisel tarama yöntemi kullanılmış olup, araştırma evreni ise Uşak ilinde bulunan beş lisede okuyan öğrencilerden oluşturulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre dijital oyun bağımlılığının 14-15 yaş aralığındaki kız öğrencilere oranla erkek öğrencilerin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yapılan anket kapsamında konsol ve akıllı telefon kullanımının dijital oyun bağımlılığı üzerinde etkisi fazla olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Oyun, Bağımlılık, Ergenler, İnternet

Abstract

Virtual network environments in the digital world are increasing. Social media tools are increasingly diverse. This situation becomes dangerous for children and especially for young people. The addictive effect of digital games in adolescents and even adults is increasing. Easily accessible programs and games are offered by social media programs, without being attached to any safety nets. In this context, the study aims to determine digital game addiction among high school students. Within this framework, the study was directed to determine the level of digital game addiction, the difference of game addiction by gender, the frequency of internet use, the effect of violent games on adolescents, and the educational level of parents. For this reason, a relational screening method was used in the study, and the research universe was composed of students from five high schools in Uşak. According to the results, it was found that digital game addiction was higher in male students than female students in the 14-15 age range. As a result of the survey, it was concluded that the use of consoles and smartphones had a significant effect on digital game addiction.

Keywords: Digital Game, Addiction, Adolescents, Internet

*Bu makale Öykü Soyöz Semerci tarafından Dr. Emre Vadi Balcı'nın danışmanlığında hazırlanmakta olan "Lise Öğrencilerinde Dijital Oyun Bağımlılığı Üzerine Bir Alan Araştırması: Uşak Örneği" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir

1. GİRİŞ

Oyun insanla başlayıp insanla devam etmektedir. İnsanlar tarih boyunca çeşitli oyunlar oynamıştır. Günümüzde sürekli gelişme göstermekte olan dijital dünyada oyun kavramı da gelenekselden giderek uzaklaşmaktadır. Geleneksel oyun kavramı (saklambaç, bitki şehir, sek sek, ip atlama vb.) kendi içinde de gün geçtikçe dijitalleşmeye başlamıştır. Eski oyunların çoğu dijitalleşerek, dijital ortama adapte edilerek önümüze sunulmaktadır. Sek sek gibi birçok geleneksel oyunlar dijital ortamda rahatlıkla oynanabilmektedir. Oyun çocukların, ergenlerin ve hatta yetişkinlerin sosyal hayatlarını etkilemektedir. Bu durumda dijital oyun bağımlılığını beraberinde getirmektedir.

Bağımlılık kavramı şiddetli bir yapma isteği ile yapıldığında insana rahatlama duygusu vermektedir. Ancak yapılmadığı zaman büyük bir boşluk, tedirginlik hali ve yoksunluk duygusu barındırmaktadır. Yapıldığı takdirde ise elde edilen doyum oranında bağımlılık meydana gelmektedir. Bağımlılık diğer bir deyişle önceden tecrübe edip belli bir doyuma ulaşmış olup, aynı şekilde gelecekte de yeni doyumlara sebep olabileceği tahmin edilen bir düşünce kaynaklı eylem olabilir. Fakat daha önceden tecrübe edilen doyumlar yeterli değilse yeni olan doyumlar hakkında da bir koşullanmadan bahsetmek mümkün duruma gelebilmektedir. Teknoloji bağımlılığı gibi davranışsal bağımlılıklar ele alındığında ise medya, televizyon, cep telefonu, bilgisayar ve internet bağımlılığı gibi bağımlılıklar ortaya çıkmaktadır. İnternet ve dijital oyun bağımlılığı kavramının kullanılmasının en büyük belirtisi olarak bireylerin internet başında aşırı vakit harcamalarından kaynaklandığı söylenebilir (Tiryaki, 2015: 166-167).

Ergenlerin ve hatta yetişkinlerin oyun oynama gereksiniminden faydalanan sanal dünya; teknoloji ve sosyal medya araçlarını birleştirerek oyun kavramını sosyal ağlara bağlamaya başlamıştır. Bunun sonucunda ise dijital oyunlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Dijital Oyunlar Raporu'na (2019) göre küçük yaşlardan itibaren, bütün yaş grupları tarafından oynanan dijital oyunlara bağlı olarak yapılan araştırmalar dünyada yaklaşık her altı kişiden birinin bu oyunları oynadığını, ülkemizde ise dijital oyun oynayanların 30 milyona ulaştığını ortaya koymaktadır. Dijital oyunların, taşınabilirlik özelliğinden dolayı ve arzu edilen her yer ve zamanda internete erişim özelliği olan platformlar (cep telefonu, tablet vb.) ile giderek yaygın hale gelmektedir. Küresel oyun pazarı büyüklüğü 2018 yılında 138 milyar dolar seviyesinde iken 2021 yılına gelindiğinde 180 milyar dolara kadar yaklaşacağı tahmin edilmektedir. Ülkemizde ise dijital oyun pazarı 2018 yılı itibari ile 878 milyon dolara yükselmiştir (Dijital Oyunlar Raporu, 2019: 9-10).

1.1. Araştırmanın Sorunu

Günümüzde giderek gelişen teknoloji ile birlikte dijital oyunların özellikle çocuklar ve gençler üzerindeki etkisi artmaktadır. Bu alanda çalışmalar genellikle 10 ile 18 yaş aralığındaki kişiler üzerinde yapılmaktadır. Yapılan çalışmalar kapsamında dijital oyun bağımlılığı kavramının lise öğrencileri üzerinde ülkemizde sınırlı olarak incelendiği kanısına varılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın temel sorunu olarak hem dijital oyun bağımlılığının incelenmesi hem de ergenler üzerindeki dijital oyun bağımlılığının yoğunlaşması durumunun incelenmesi olarak belirlenmiştir.

1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kültürel ve sosyal dönüşümün getirdiği avantaj ve dezavantajların etkileriyle, bilgi ve iletişim çağı giderek biçim kazanmaktadır. Toplumun tüm kesimleri bu süreçte, dönüşümü yoğun bir şekilde yaşamaktadır. Bununla birlikte gençler ve çocuklar bilgisayar oyunlarının etkilerine önemli ölçüde açık durumdadır. Dolayısıyla genellikle medya bağımlılığı, spesifik olarak indirgenildiğinde ise bilgisayar oyunları bağımlılığına dair değişkenlerin saptanması, analizi ve ortaya konulabilecek çözümlere dair öneriler, öncelikle eğitim sürecini sürdüren gençlik olmak üzere, bilgisayar, video ve dijital oyunlarla vakit geçiren toplulukların bilinçli kullanıcılara

dönüşmesi açısından önem arz etmektedir (Çavuş vd., 2016: 268). Araştırmanın amaç ve önemi lise öğrencilerinin dijital oyun bağımlılık düzeylerinin demografik değişkenler arasında ilişkisinin incelenmesi olarak belirlenmiştir. Dijital oyun bağımlılığının dünyada ve Türkiye’de giderek artması ve yaş oranlarının daha küçük yaşlara inmesi sebebiyle, bu çalışmada lise öğrencileri üzerindeki bağımlılık düzeyleri incelenmektedir.

Bu çerçevede araştırmadan elde edilen sonuçlar itibariyle literatür haricinde yapılan anket çalışması kapsamında pratik anlamda olumlu katkılar yapacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda ebeveynlere sunulan önerilerin ebeveynlerin bilinçlenmesi açısından da büyük katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.3. Araştırma Soruları

Bilgisayar oyunları günümüzde artık yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir. Bireyler arasında giderek yaygınlaşan bilgisayar oyunu oynama alışkanlığı kişilerin toplumsal hayatlarını da etkilemeye başlamıştır. Bu noktadan hareketle bilgisayar oyunlarının oynanma motivasyonlarını analiz etmek ve toplumda giderek daha çok dile getirilen bağımlılık olgusuyla oyunların ilişkisini ortaya koymak bu çalışmanın temel hareket noktalarını oluşturmaktadır. (Yılmaz, 2019: 625).

- 1) Katılımcıların dijital oyun oynamaya dair alışkanlıkları (türleri, oynama sıklığı vs.) nelerdir?
- 2) Ankete katılan öğrencilerin dijital oyun bağımlılığı düzeyleri nelerdir?
- 3) Anket çalışmasına katılan öğrencilerin dijital oyun bağımlılık nedenleri ve düzeyleri ile demografik değişkenler arasındaki ilişki nedir?
- 4) Katılımcıların dijital oyun bağımlılığı nedenleri nedir?
- 5) Araştırmaya katılan öğrencilerin dijital oyun bağımlılığı düzeyleri ile boş vakit geçirme arasında ne tür ilişki vardır?

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Sınırlılıklar bölümünün doğru bir şekilde makalede yer alması; ileride yapılacak benzer araştırmalara yol gösterilmesi, bilimsel dürüstlüğü yerine getirilmesi, okuyucuda eleştirel düşüncenin geliştirilmesi, okuyucu-yazar arasında güven ilişkisini kurulması ve makalenin yayımlanması bakımından katkı sağlamaktadır (Özkan ve Kaya, 2015: 498). Bu nedenle araştırmada ele alınan konunun net bir şekilde açıklanması ve sınırlılıklarının iyi bir şekilde çizilmesi gerekmektedir. Bu araştırmanın en önemli sınırlılığı yer ve zaman oluşturmaktadır. Bu sınırlılık çerçevesinde araştırma kapsamına sadece Uşak ili ele alınmış olup, Uşak ilinde bir özel lise olmak şartıyla diğer dördü devlet lisesi olarak seçilmiştir.

2. TEORİK ÇERÇEVE

Araştırma kapsamında oyun, internet ve dijital oyun bağımlılığı kavramlarının ortaya çıkması ve süreçleri ile ilgili ergenler üzerindeki etkileri birlikte ele alınmıştır. Yine aynı şekilde oyun kavramının nasıl evrim geçirdiği; gelenekselden oyunlardan dijital oyunlara kadar evrimleşmesi üzerinde durulan konular arasındadır. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte dijital oyun kavramının sunduğu yeni oyun türleri içerisinde şiddet, cinsiyet ayrımcılığı gibi kavramlarda hızla oyunların içerisine giriş göstermektedir. Bu nedenle dijital oyun bağımlılığının ergenler üzerindeki etkilerine önemle bahsedilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

2.1. Oyun Kavramından Dijital Oyun Kavramına Geçiş

Çocukların gelişim süreçleri için geçekleştirdikleri en önemli aktivitelerden biri oyun oynamaktır. Çocuklar oyun oynayarak yaşadıkları dünyayla ilgili heyecan verici keşifler yapmakta, kim olduklarını anlamaya başlamakta, kendilerini geliştirmeye çalışmakta, beyin

güçlerini geliştirmekte, ilişkilerini güçlendirmekte ve arkadaşlarıyla paylaşmayı öğrenmektedirler. Kısacası çocuklar oyun oynayarak büyürler ve dolayısıyla da hayatı da oyun oynayarak öğrenmektedirler.

Oyun, gerçek dünyayla hayal dünyası arasındaki bir köprüdür. Bu aradaki dengeyi sanal dünyada sağlayabilmek oldukça zordur. Bu çerçevede dijital oyun kavramı ortaya çıkmaktadır. İlk olarak 18 Ekim 1958'de Donner Model 30 analog bilgisayarı için üretilmiş olan Tennis for Two adıyla geliştirilmiş olan çok basit bir tenis oyunu dijital oyunlara yani video oyunlarına örnek verilebilir. Frasca'nın (2001)'de yaptığı dijital oyunlarının(video oyunları) tanımı çerçevesinde; bilgisayar tabanında metin ve görsellik kapsamında inşa edilmiş olan konsol ve bilgisayar gibi dijital ortamlarda kullanılarak, birden çok kullanıcının fiziksel ya da online ağlar kapsamı ile beraber kullanabileceği birer eğlence/zevk ve boş zaman faaliyeti yazılımıdır (Dijital Oyunlar Raporu, 2019: 7).

Dijital oyun endüstrisi yıllar boyunca başta grafik alanında olmak üzere devasa bir ilerleme ve büyüme göstermiştir (Dijital Oyunlar Raporu, 2019: 16). Genellikle ergenler dijital oyunlar yüzünden gerçek hayattan uzaklaşıp, hayal dünyasına kendilerini kaptırmaktadırlar. Öngörülebilir ve tekrarlanabilir olma, dijital âlemin verdiği en büyük keyifler arasında yer almaktadır. Herkes kendi hikâyesinin kahramanı olarak gelişimi ve başarıyı yaşayabilmektedir (Chatfield, 2013: 121). Sonsuzluğu vaat eden ve sanal ağlardan meydana gelen teknoloji çağı, oyun da şiddet ve haz kavramlarının araçları haline gelmektedir. İzleyicilerinin görünürde online olarak algılanmasını sağlayarak anıdalık ve sonsuzluk uzamında bilgisayar ve bilgisayar tabanlı oyunlar yeni bir yaşam alanı yaratmaktadır. Gün geçtikçe artan dozda içeriklerin üretilmesiyle, teknolojik altyapıların güçlenmesiyle, insan yaşamını kuşatan içeriklerin sunulması ve tüketimin artması sebebiyle günümüzde dijital oyunlar hızla çeşitlenip piyasaya sürülmektedir. Dijital oyun sektörünün sayısız oyunlarından, kullanıcılar ruhsal ve fiziksel sağlıklarını olumsuz etkileme potansiyeline sahip olsalar da bu sektörü canlı tutabilmek amacı ile günümüzde bilgisayardan başlayıp televizyonlara kadar kendi endüstrisini geliştirmiş olup geniş bir uzama yayılmaktadır (Çavuş vd., 2016: 266).

Teknoloji devriminin çocuklara en büyük etkisi, eski oyunların yerini (saklambaç, sek sek gibi) yalnız tek başına ve ekran odaklı bir yaşam tarzı almıştır. Çocukların oyun alışkanlıklarındaki bu değişim, bir neslin yetişmesi süresince gerçekleşmiştir ve iki yan etkisi bulunmaktadır. Bunlardan ilki teknolojik seçeneklerin, açık havada oynanan oyunlara karşı konulmaz bir alternatif sunmuş olmasıdır. İkincisi ise ebeveynlerin endişelerindeki aşırı artışın, çocukların fiziksel aktivitelerinin ve ev, okul ya da diğer gözetim altındaki alanların sınırı dışında gezinme ve oynama özgürlüklerinin kısıtlanmasına yol açmasıdır (Palmer, 2013: 60).

Oyun dünyasında egemen olan çocuklar akranları dışında kimsenin bu dünyaya kolay kolay girmesine izin vermemektedir. Bu nedenle de oyunda sınırlarını çizmekte zorlanmaktadır. Çocukların oyun içerisinde sergiledikleri davranış biçimlerinde ebeveynlerinden aldığı eğitimin etkisi çok büyüktür. Aşırı hoşgörü ve aşırı otoriter aile ortamında yaşayan çocuklar, oyun ortamlarına kolaylıkla uyum sağlayamamaktadır. Bu şekilde yetişmiş çocuklar ya çok pasif ya da saldırgan davranış örnekleri göstermektedir (Yavuzer, 2000:191-192).

Kısacası milyonlarca insanın kullanıcı olduğu sosyal medya platformlarında dijital oyunlar önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle gençler, dijital oyun içerisinde oyunun hikâyesi, karakterleri, silahları, konumları, farklı oyun mekânları, seviye atlamalar, ödüller, forum siteleri gibi farklı araçları kullanarak zamanlarının çoğunu harcamaktadırlar. Fakat gençler aynı zamanda oyun içerisinde araçsal, sözlü, görsel ve yazılı şiddete de maruz kalmaktadır. Dolayısıyla sanal ortamın verdiği sınırsızlıklar ile gençler bunları tekrarlayarak büyümekte ve şiddetin normal olduğunu benimsemektedir (Taşdemir ve Aslan, 2017: 250-251).

2.2. Dijital Oyunların Etkileri

Günümüz teknoloji dünyasında dijital oyunların önemi giderek artmaktadır. Oyuncu tercihleri kapsamında birçok sayıda farklı çeşitlerde oyun yer almaktadır. 2006 yılında Adam ve Rollings yedi adet oyun türünden bahsetmiştir. Bunlar macera, taktik, yap boz, spor, rol yapma, aksiyon ve simülasyon olarak sınıflandırılmıştır. Diğer yandan bilgisayar, mobil, arcade oyun makinesi ve oyun konsolu olmak üzere dört tane ayrı uzamda online ve offline dijital oyun oynanabilen oyunlar da yer almaktadır (Akt: Irmak ve Erdoğan, 2016: 129).

Teknolojinin hızla ilerlemesiyle birlikte bireyler ve çocuklar rahatlıkla internete ulaşabilmektedirler. Dolayısıyla da dijital oyunlara da rahatlıkla erişim sağlayabilmektedirler. Reality is Broken (Gerçeklik Bozuk) adlı kitabın yazarı Amerikalı oyun tasarımcısı Jane McGonigal'a göre (2010); insanlık günümüzde, haftada üç milyar saatten daha fazlasını elektronik oyunlar oynayarak geçirmektedir. Bu rakamın daha da artacağı düşünülmektedir. İnsan emeğinin, dikkatinin, ilişkilerinin ve kimliklerinin, bizi eğlendirmek ve etkilemek için özellikle tasarlanmış yapay ortamlara kitlesel göçü olarak izlenmektedir (Akt: Chatfield, 2013: 112).

Ergen dünyasının dijitalleşmesiyle boş zaman değerlendirme faaliyeti olarak görülen dijital oyunlar, yorgunluğu giderme, stres atma, eğlenme, yabancı dil geliştirme gibi faydalı unsurları yerine getirirken içeriğinde şiddet öğeleri barındırdığı için de şiddeti olağan hale getirmektedir. Ergenler oynadıkları oyunlarda kendilerini temsil eden karakterlerin yerine koyup benimseyebilmekte ve oyunların verdiği mesajdaki şiddet unsurlarından kolaylıkla etkilenabilmektedirler.

Anderson Bushman'a (2001) göre dijital dünyada çoğu ergen şiddet içerikli oyunları tercih etmektedir. Birçok araştırma da bu yönde yapılmaktadır. Bu durumun sebebi ise dijital oyunlardaki tercihin artışı olarak gösterilmektedir. Dijital oyunlar çocukların, gençlerin ve hatta günümüzde yetişkinlerin bile boş zamanlarının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Dijital oyunlar ergenlerin öğrenmek için olağanüstü bir araçken, diğer taraftan içerdiği şiddet unsurlarından dolayı saldırgan davranışlar göstermelerine neden olmaktadır. Genellikle dijital oyunlar şiddet içeriğini ve savaşlarda yer alan saldırganlığı/hırçınlığı teşvik eden tarzda unsurları desteklemektedir (Akt: Karaaslan, 2015: 808). Dolayısıyla şiddet içerikli dijital oyunlardan ergenler aşırı derecede etkilenmekte ve oyundaki kahramanı da rol model alma eğilimi göstermektedirler. Bu sebeple ebeveynler çocuklarını özverili bir şekilde kontrol etmelidirler ve onlara sınırlı özgürlük tanıyabilmelidirler.

Dijital oyun kavramı çerçevesine değinirken genellikle olumsuz etkilerinden ve tehlikelerinden bahsedilmektedir. Ancak dijital oyun oynamanın birçok olumsuz etkileri olduğu kadar olumlu etkileri de bulunmaktadır. Dijital oyun oynamanın özellikle ergenler üzerinde olumlu etkileri oldukça fazladır. Dinç'e göre (2010: 26) bu olumlu etkiler;

- Verilen görevleri yerine getirip sorumluluk alabilme ve takip edebilme,
- Problem çözebilme yeteneği ve analitik düşünceye sahip olma,
- Motor yeteneklerinin gelişmesi ve koordinasyon yetenekleri,
- Lojistik gibi dağıtım ve kaynak araştırma yönetimi becerilerinin gelişmesi,
- Aynı zamanda birden çok iş yapabilme, takip edebilme ve yönetebilme,
- Pratik zekânın gelişmesi, analitik ve pratik düşünme, kararsızlığın azalması,
- Strateji oluşturabilme ve tahmin yürütebilme yeteneğinin artması,
- Okuma-yazma ve matematik becerilerinin gelişmesi,
- Örüntü (Pattern) tanıma,
- Tümevarımsal muhakeme yeteneğinin artması,
- Harita okuyabilme ve yön bulabilme yeteneklerinin gelişmesi,

- Neden sonuç ilişkisine bağlı karar verebilme,
- Takım çalışmasına uyum sağlayabilme ve işbirliği yapabilme yeteneklerinin artması,
- Dijital bilgi ve yeteneğinin artması,
- Eğlenceye bağlı olarak mutluluğun oluşturduğu avantajlar ve bir şeyleri başarma karşılığında aldığı ödül motivasyonunun artışı,
- Yaratıcılık ve buna bağlı olarak özgüvenin artması,
- Hareketli oyunlar aracılığı (Nintendo Wii, Kinect) ile fiziksel aktivitelerde bulunarak obezite gibi problemlerin azaltılması,
- Sinir, stres, negatif düşünme gibi olumsuz dürtülerin azaltılması gibi güzel olumlu örnekler yer almaktadır.

Dijital oyunlar birçok yönden olumlu görülmesine karşın son yıllarda çocuklar üzerindeki olumsuz etkileri ve tehlikeleri giderek artmaktadır. Dijital oyunların olumsuz etkileri ise aşağıdaki gibi özetlenebilir (Taşdemir ve Aslan 2017: 242; Dinç, 2012: 24).

- Oyuncunun dijital oyun içerisinde kendini bir saldırganla özdeşleştirme ve karakterin kendisi olarak oyunda yer alabilmesi,
- Oyuncunun dijital oyunda şiddeti direkt olarak kendisinin uygulamasıdır
- Dijital oyunlarda (şiddet içeren oyunlarda) oyuncunun bir davranışın tüm aşamalarını (planlama, hazırlık, uygulama) gerçekleştirmesi,
- Şiddet içeren dijital oyunlarda davranışın oyuncu tarafından sürekli tekrar ediliyor olması,
- Dijital oyunlarda şiddet içerikli davranışların ödüllendiriliyor olması,
- Şiddet içeren dijital oyunların çocuklar üzerinde saldırgan duygu, düşüncelere ve davranışlara sebep olması,
- Çocuğun çok fazla oyun oynaması sonucunda asosyalleşmesi ve ders çalışma, spor yapma, okuma gibi aktivitelere vakit ayıramaması,
- Bazı oyunların çocuklar üzerinde yanlış değer yargıları oluşturması,
- Çocukların gerçek ile sanal arasındaki ayrımı yapamaması,
- Oyunlara gerektiğinden fazla vakit ayrılması ile gelecekteki eğitim hayatındaki başarının olumsuz etkilenmesi,
- Tercih edilen oyun türlerinden dolayı obeziteden Karpal sendromuna kadar ciddi fiziksel sorunların ortaya çıkması,
- Online tarzda oyunlarda çocuklar genellikle çevrimiçi tehdit unsurlarına açık olmaktadır ve argo dil kullanımı gibi birçok kötü dil kullanımına neden olması,
- Birçok çeşidi bulunan dijital oyunların ciddi anlamda bağımlılık oluşturması ve bunun sonucunda ise kullanıcılarda sinir bozukluğu, gergin olma durumu ve stresin meydana gelmesi,
- Aşırı oyun oynamaya bağlı olarak, dikkat ve konsantrasyon olma bozukluğu gibi sorunlarla karşılaşması mümkün gözükmemektedir.

Bu olumlu ve olumsuz etkilerin çerçevesinde, dijital oyun bağımlılığı kavramı ayrıca durulması gereken konulardan bir tanesi olarak görülmektedir. Dolayısıyla çalışmanın devamında genel olarak bağımlılık ve dijital oyun bağımlılığı kavramlarına değinilmesi gerekmektedir.

2.3. Dijital Oyun Bağımlılığı

Bağımlılık kavramı en geniş kapsamlı tanımıyla açıklanmak istenilirse; herhangi bir maddenin tedavi amacı gütmeyen, fizyolojik ihtiyaçlara karşılık vermeksizin, gittikçe artan dozda kullanılmasıdır (Dinç: 2010: 14). Bağımlılık tam anlamıyla bir beyin hastalığı olarak adlandırılabilir. Tedavi edilmesi zor ama mutlaka tedavi gerektiren bir hastalık olarak görülmektedir. Eğer tedavi edilmez ise ciddi zararlara yol açabilmektedir. Ancak dijital oyun bağımlılığı günümüzde tam olarak tedavi gerektiren bir hastalık olarak görülmemektedir. Buna

rağmen dijital oyun bağımlılığı kavramı otuz yılı aşkındır bilimsel yazınlarda yer almaktadır (Soper ve Miller, 1983: 40-43).

Bağımlılığın sosyal, davranışsal, biyolojik ve genetik gibi sebepleri bulunmaktadır. Ancak hiç bir sebep bağımlılığı açıklamakta yeterli bulunmamaktadır. Temelde biyolojik bir durum olan madde kullanımının bağımlılığa dönüşmesinde aslında altında yatan birçok etken vardır. Kişinin ruhsal özellikleri, çevresel faktörler, aile yapısı, genetik yatkınlık gibi özellikler kişilerin madde bağımlısı olmasında en önemli faktörlerdir. Bağımlılık kelimesi geçince ilk akla gelen madde bağımlılığı olsa da birçok türü bulunmaktadır. Giderek yaygınlaşmaya başlayan bireylerde gözlemlenen davranışsal bağımlılık türleri bulunmaktadır. Bunlar ise internet, kumar, dijital oyun, seks, alışveriş, yemek yeme ve ilişki bağımlılıkları olarak karşımıza çıkmaktadır (<https://npistanbul.com/amatem/bagimlilik-turleri> Erişim Tarihi: 15.12.2019).

İnternetin yanlış ve bağımlılık derecesinde kullanılması, ergenlerin benliklerinde problemler yaşamasına sebep olmaktadır. Teknoloji çocuğu olmanın inisiyatif eksikliği, gayret eksikliği, maymun iştahlılık, sabırsızlık, konsantre olma zorlukları, isteklerinin anında yerine getirilmesi arzusu gibi birçok sonuçları bulunmaktadır (Dinç, 2010: 49).

Dijital oyun bağımlılığı ile ilgili bu zamana kadar standart bir tanımlama yapılamamış olsa da, bir davranışsal bağımlılık türü olarak kabul edilen dijital oyun bağımlılığı, bireyin zarar görmesine karşın, uzun zaman denetimsiz bir biçimde oynaması olarak ifade edilmektedir. Dijital oyun bağımlılığı kavramı genel olarak; kişinin uzun süre oyun oynaması ve buna engel olamaması, oynadığı oyunu gerçek hayatıyla ilişkilendirmesi, oyun sebebiyle sorumluluklarını yerine getirememesi, diğer faaliyetlerin yerine oyunu yeğlemesi gibi neticeleri olan bir olan bir kavramdır (Eni, 2017: 32).

Yeşilay Türkiye Bağımlılık Mücadele Eğitimi raporunda oyun bağımlılığına yer verilmiş ve oyun bağımlılığının belirtileri açıklanmıştır. Bu belirtiler bireylerin, çevresindeki kişilerle zaman geçirmek yerine oyun oynamayı tercih etmeleri, gerçek yaşamındaki başarılarından çok oyundaki başarılarını önemsemeleri, oyunda geçirdiği zamanla ve aileden uzaklaşmasıyla ilgili tartışmalar yaşamaları, bilgisayardan uzak durduğunda huzursuzluk ve sinirlilik hissetmeleri, sosyal ilişkilerinde sorunlar yaşamaları ve bedensel sorunların oluşması (uykusuzluk, göz sorunları gibi) olarak belirlenmiştir (Doğruluk, 2017: 54).

Dijital oyunlarda yer alan bazı özellikler ve bireylerde kazandırdığı duygular, oyuncularında bağımlılık durumunu destekleyen kavramlar olarak ele alınmaktadır. Bu özellikler ve duygular çoğunlukla kullanıcıların dijital oyunlara bağımlı olmasına ve özellikle de uzun vakitler geçirmesine neden olabilmektedir. Kullanıcıları güdüleyen özellikleri başarı, sosyal ve oyuna dalma bileşenleri başlıkları adı altında gruplandırılmıştır. Başarı bileşeni; yükselme, mekanik ve rekabet olarak tanımlanmaktadır. Sosyal bileşeni; ilişki, sosyalleşme ve ekip çalışması olarak adlandırılmıştır. Sonuncu bileşen olarak oyuna dalma ise rol yapma, keşif, özelleştirme ve kontrol ve gerçeklerden kaçma olarak açıklanmıştır (Yee, 2006: 772-775). Ergenlerde gözlemlenen dijital oyun bağımlılığı için erken önlemler alındığı takdirde önüne geçilmesi mümkündür. Ergenlerin ebeveynlerine verdiği erken bağımlılık belirtileri aşırı yorgunluk, akademik sorunlar, hobilerine olan ilgide azalma, arkadaşlarından uzaklaşma ve söz dinlememe/karşı çıkma gibi daha birçok davranış bozuklukları olarak örneklendirilebilir (Ögel, 2014: 210-211).

Günümüzde teknolojinin hızla gelişmesi ile dijital oyun bağımlılığı kavramı da giderek çoğalmaktadır. Dijital oyun oynamanın özellikle ergenler üzerinde birçok olumlu yanı olmasına karşın olumsuz tarafları ve tehlikeleri ağır basmaktadır. Sınır koyulmadığı müddetçe ergenler dijital oyun bağımlılığına kolaylıkla yakalanmaktadır. Bu nedenle Griffiths'in (2003) dijital oyun

bağımlılığının önüne geçilmesi ve mücadele konularında ebeveynlere yönelik tavsiyeleri açıklayıcı ve yol gösterici olabilmektedir (Akt: Irmak ve Erdoğan, 2016:134);

- Çocukların “ne kadar”, “nerede”, “ne zaman” ve “ne tür” oyunları oynayabileceği ile ilgili ana kuralları/sınırları başında oluşturulmalı ve istikrarlı olunmalıdır.
- Seçilen oyunların içeriği araştırılıp, şiddet içerikli oyunları tercih etmelerinin yerine yaşlarına uygun, eğlenceli ve eğitici oyunlar seçmeleri için yardımcı olunmalıdır.
- Oyunların içeriği hakkında çocuklarla konuşulmalı ve gerçek ile sanal dünya arasındaki farkı anladığından emin olunması gerekmektedir.
- Dijital oyunların herkesin görebileceği alanlarda oynanması gerektiğini düzgün bir şekilde ifade edilmesi gerekmektedir.
- Bireysel ve yalnız oyun oynamak yerine grup oyunları oynamaya çocuklar teşvik edilmelidir.
- Oyun oynamayı ödev ya da diğer yapması gereken işleri yerine getirdikten sonra ödül olarak kullanılmalıdır.
- Oyun üreticilerinin ve bu konuda uzman bilgilerine ve önerilerine çocuklarınızın yerine getirdiklerinden emin olunması gerekmektedir.
- Çocuklarınızın boş zamanlarında devam ettirebileceği dijital oyunların dışında diğer sosyal faaliyetleri artırmaya çalışılmalıdır.
- Çocuklarınız başarısız olduğunda dijital oyunlardan uzaklaştırıp oyun konsolunu yasaklanmalı ve doğru zaman geldiğinde sadece geçici bir süre geri verilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak bağımlılıklar, bağımlılığın hayat düzenini ve sosyal ilişkilerini bozmaktadır. Bu bozulmaların önüne geçmek ve bağımlılıktan kurtulmanın akıllıca yollarından bir tanesi de profesyonel yardım almaktır. Birey bağımlılık sorununu kendi çözemiyorsa ve bağımlılığın boyutuyla ilişkili olarak psikolog, psikiyatrist gibi uzman kişiler bu sorunun çözümü doğrultusunda süreçte yer almalıdırlar (Tiryaki ve Karakuş, 2019: 151).

2.4. Dijital Oyun Bağımlılığı ile İlgili Araştırmalar

İnternet ve bilgisayar bağımlılığı araştırmaları, 1980’lerde karşımıza çıkmaya başlamış, 1989 yılında yapılan çalışmalarla sistemli bir şekilde ele alınmaya başlamıştır. Bu çalışmaların başlangıç yıllarında bilgisayar ve bilgisayar aktiviteleri ile oluşan bağımlılıklar ele alınırken, ilerleyen yıllardaki araştırmalarda genellikle çocuk ve ergenlerin bilgisayar kullanmalarının tarzları ve ne tarzda oyun türü tercih ettikleri ile dijital oyun oynama ve bilgisayar kullanım süreleri açısından bağımlılık dereceleri araştırılmıştır (Çavuş vd., 2016: 273). Ülkemizde gençler üzerinde yapılan araştırmalar da ise;

Dijital oyun bağımlılığı düzeylerinin erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha fazla bilgisayar oyunu oynadıkları, ailelerin gelir düzeyinin çocukların bilgisayar oyunu oynama alışkanlıkları üzerinde etkili olduğu, yüksek gelir düzeyine sahip öğrencilerin daha fazla bilgisayar oyunu oynadıkları tespit edilmiştir (İnal ve Çağiltay, 2005, Yılmaz, 2008, Günüç, 2009, Erboy, 2010, Erboy ve Akar 2010, Horzum 2011, Şahin ve Tuğrul 2012, Güllü vs. 2012, Gökçearslan ve Durakoğlu 2014, Yılmaz vd. 2014). Bazı araştırmalar sonucunda ise (Taş vd. 2014, Madran ve Çakılcı 2014,) dijital oyun bağımlılığının yaşa, cinsiyete, sınıfa göre farklılık göstermediği saptanmıştır.

Akçay ve Özcebe (2012) tarafından çocuk ve ebeveynlerinin oyun oynama alışkanlıklarının değerlendirilmesi amacıyla gerçekleştirilen çalışmada ebeveynlerin dijital oyun oynama süreleri arttıkça çocuklarının da paralel olarak oyun oynama davranışlarında artış gözlemlenmiştir. Çalışmada elde edilen bir diğer sonuç ise ebeveynlerin yarısına yakın çocuklarının haftada birkaç

kez şiddet içeren oyunlar oynadığını ve anne babaların çoğunluğu, çocuklarının bu tarz şiddet içeren oyun oynamalarına kısıtlama getirdiklerini belirtmişlerdir.

Çakır (2013) tarafından ailelerin bilgisayar oyunlarına yönelik yaklaşımları ve öğrenciler üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amacıyla ilköğretim ikinci kademe öğrenci velileri üzerinde gerçekleştirilen çalışmada katılımcıların % 78.1'i çocuğunu bilgisayar oyunu oynadığını, % 76.3'ü günlük 1-2 saat oyun oynadığını ifade ettiği görülmüştür. Aynı zamanda ebeveynlerin % 34.9'unun dijital oyunların çocukların başarısını olumsuz yönde etkilediği düşüncesinde oldukları tespit edilmiştir. Ebeveynlerden % 63.7'si bilgisayar oyunlarının çocuklar bağımlılığa neden olduğuna katıldıklarını, % 17.7'si katılmadığını, % 18.6'sı da kararsız olduğunu ifade etmiştir. Çalışmaya katılan ebeveynlerin % 74.9'u çocuklarının aklının bilgisayar oyunlarında kaldığını, % 59.1'i oyundaki karakterleri taklit ettiğini, % 47.9'u çocuklarının bilgisayar oyunlarından etkilenmediğini, % 31.6'sı da çocuklarının huzurlu olduğunu ifade etmiştir.

Aydoğdu'nun (2015) dijital oyunlar ve şiddet farkındalığının belirlenmesi amacıyla ebeveyn ve çocuklar üzerinde gerçekleştirdiği çalışma neticesinde ebeveynlerin % 60'ının çocuklarının dört saate kadar internette oyun oynamalarına izin verdikleri, % 50'sinin çocuklarının şiddet içerikli oyunlar oynadıklarını bilmelerine karşın % 35'inin çocuklarına bu konuda müdahalede bulunmadıklarını ifade ettikleri tespit edilmiştir. Çalışma neticesinde ebeveynlerin neredeyse tamamının bu durumu onaylamadıkları, dijital oyunlardaki şiddeti doğru bulmadıkları saptanmıştır. Yine yapılan çalışma neticesinde her ne kadar ebeveynlerin büyük kısmı şiddet içerikli oyunların çocuklar üzerinde olumsuz etkiye sahip olduğu ve önlem alınması gerektiğini düşünseler de kendilerinin herhangi bir önlem almadıklarını ifade ettikleri tespit edilmiştir.

Çetinkaya ve Sütçü (2016) tarafından çocukların gözüyle ebeveynlerin bilişim teknolojileri kullanımına yönelik kısıtlamaları ve bunların nedenleri üzerine gerçekleştirilen çalışma neticesinde katılımcıların % 67'sinin ebeveynlerinin kendilerine bilişim teknolojileri ve uygulamalarıyla ilgili kısıtlama getirdiği tespit edilmiştir. Öğrencilerin % 40.8'i kısıtlamanın anne tarafından, % 28.5'i baba tarafından, % 30.8'i de anne ve babanın ortak kararıyla yapıldığını belirtmiştir. Çalışmaya katılan öğrencilerden % 24.6'sı ebeveynlerinin çevrimiçi/çevrimdışı oyunlar nedeniyle, % 65.4'ü ise eğitim hayatını olumsuz yönde etkilediğinden kısıtlama getirdiğini düşündüklerini ifade etmişlerdir.

Çavuş ve arkadaşları (2016) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen çalışmada en çok oynanan oyun türüne göre dijital oyun bağımlılığı düzeyleri arasında anlamlı farklılık olduğu, strateji, aksiyon-macera, spor ve çevrimiçi oyun oynamayı tercih edenlerin dijital oyun bağımlılığı açısından riskli gruplar olduğu, buna karşın simülasyon, eğitsel soru cevap ve bulmaca-zekâ oyunlarını tercih edenlerin dijital oyun bağımlılığı düzeylerinin düşük olduğu bildirilmiştir.

3. YÖNTEM

Araştırmanın metodoloji başlığı çerçevesinde amaç ve önemi, evren ve örnekleme, modeli ve uygulanması, soru formu ve ölçüm araçları, verilerin toplanması ve verilerin analizi, kullanılan testler ile araştırma soruları ve hipotezlere bağlı olarak ayrıntılı bir biçimde değerlendirmeler ve incelemeler içermektedir. Ayrıca bu çalışmada yöntemle ilişkin bilgiler ise lise öğrencilerinde dijital oyun bağımlılığı düzeyi ve etkili olan faktörleri belirlemek için nicel araştırma yaklaşımına bağlı olarak betimleyici inceleme tasarımı gerçekleştirilmiştir.

3.1. Evren ve Örneklem

Evren, bir çalışmada bilgi edinebilmek için gözlem yapılacak bireylerin ve objelerin hepsini kapsamaktadır. Diğer bir deyişle, açıklanmış veya betimleme yapılmış, tanımlanabilen

araştırma birimi ya da birimleri denilebilir. Evren bir araştırmada verilerin kaynak sağlayıcısıdır. Araştırmaların evreninin ölçüsü birbirinden farklılık göstermektedir. Bazen evren çok geniş kapsamlı olabilir, bazen de araştırma konusu bireylerin ve objelerin tamamını kapsadığı zamanlarda araştırmanın evreni gerçekçi olarak tamamlanmış olur. Sonuç olarak bu araştırma evreni konusuna bütün olarak girilmez, ancak temsili olarak ele alınabilir. Araştırmaların konusuna, işleyişine, amacına, niteliğine ve varsayımların olup olmaması gibi durumlara bağlı olarak evrenler farklılık gösterebilmektedir. Örneklem ise yapılan araştırma kapsamında evrene gerçekçi olarak devam edilemediğinde, temsili olarak yer almaktadır. Araştırmanın evreninden elde edilen bu temsili bireyler ve objelerin ortaya çıkan bölümüne ise örneklem denilebilir (Aziz, 2003: 23).

Araştırma Uşak il merkezinde Milli Eğitim Müdürlüğü'ne bağlı Kanyon Koleji, Anadolu Lisesi, Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi ve Ertuğrul Gazi Proje Okulu'nda gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın gerçekleştirileceği okulların belirlenmesinde mevcut öğrenci sayılarının yanı sıra okulun fiziki yapısı, ulaşılabilirlik durumu, yönetici ve öğretmenlerin işbirliği dikkate alınmıştır. Araştırmanın örneklemi belirtilen okullarda öğrenim görmekte olan 319 lise öğrenciden oluşmaktadır. Araştırmaya dâhil edilen okullar arasında en fazla katılım olan 95 öğrenci ile Kanyon Koleji, 92 öğrenci ile Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi, 67 öğrenci ile Ertuğrul Gazi Proje Okulu ve son olarak 65 öğrenci ile Anadolu Lisesi yer almaktadır. Araştırmaya dâhil edilen okul ve öğrenci sayıları Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Ankete Katılan Okullar ve Öğrenci Sayıları

Okullar	Öğrenci Sayıları n (%)
Kanyon Koleji	145 (30,3)
Anadolu Lisesi	95 (19,8)
Şehit Abdülkadir Kılavuzu Anadolu Lisesi	124 (25,9)
Ertuğrul Gazi Proje Okulu	115 (24,0)
TOPLAM	479 (100,0)

Yukarıda ifade edilenlerin kapsamında araştırmanın evrenini Uşak ilinde bulunan ve değerli araştırmacılar ile belirlenen 5 lisede okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu bilgiler çerçevesinde araştırmaya gönüllü olarak katılan 479 öğrencinin demografik değişkenler bakımından dağılımı aşağıda verilmiştir. Buna göre;

- Araştırmaya katılan öğrencilerin % 49,9'u kız, % 50,1'i erkektir.
- Katılımcıların % 44,5'i 14-15 yaş aralığında, % 45,9'u 16-17 yaş aralığında, % 9,6'sı ise 18-19 yaş aralığındadır.
- Ankete katılan öğrencilerin % 46,3'ü birinci, % 32,2'si ikinci, % 12,7'si üçüncü, % 8,8'i ise dördüncü sınıfta okumaktadır.
- Ailenin gelir durumu bakımından katılımcıların % 33,8'i 2001-4000 TL iken % 8,6'sı 0-2000 TL olarak yer almaktadır. Diğerleri homojen dağılım göstermiştir.
- Araştırmaya katılan öğrencilerin % 80,2'sinde kendisine ait bilgisayarı bulunurken, % 19,8'inde ise bulunmamaktadır.
- Katılımcıların % 95,2'sinde evinde internet varken, % 4,8'inde ise bulunmamaktadır.

3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket 2 ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerine yönelik sorular yer almakta, ikinci bölümde dijital oyun bağımlılığı düzeylerini belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır.

Araştırmacılar tarafından literatür taraması sonucunda öğrencilerin yaş, cinsiyet, öğrenim gördüğü okul, sınıf gibi demografik özelliklerini, internet kullanım ve dijital oyun oynama özelliklerini içeren 16 soruluk bir anket formu oluşturulmuştur (Kars 2010, Kuss ve Griffiths 2012, Irmak 2014, Aslan ve Yazıcı 2016, Bat ve Kayacan 2016; Hazar ve Hazar 2017).

Öğrencilerin dijital oyun bağımlılık düzeylerini tespit etmek amacıyla Hazar ve Hazar (2017), Irmak ve Erdoğan (2015) tarafından hazırlanmış ölçeklerden faydalanılmıştır. Yapılan değerlendirmeler neticesinde 24 soru ve 5 alt boyuttan oluşan dijital oyun bağımlılığı ölçeği hazırlanmıştır. Ölçek 5'li Likert tipinde ve 1-5 aralığında (1=hiçbir zaman 5=her zaman) puan almaktadır.

Ortaya konan araştırma deseni kapsamında veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından hazırlanan anket ve Dijital Oyun Bağımlılığı ölçeği kullanılmıştır. Hazar ve Hazar'ın (2017) geliştirmiş olduğu ölçek ve alt boyutlarından yararlanılarak dijital oyun bağımlılığı ölçeği anket soruları hazırlanmıştır (Young, 2004; Köroğlu, 2005; Horzum; 2008; Griffiths, 2015; Lemmens, 2012). Dijital oyun bağımlılığı ölçeğinin Türkiye'de geçerlik ve güvenilirliği Irmak ve Erdoğan (2015) tarafından yapılmıştır.

Dijital oyun bağımlılığına ilişkin güvenilirlik analizi sonuçları incelendiğinde tüm alt boyutlardan 0.7'nin üzerinde güvenilirlik katsayısı elde edildiği görülmekte olup bu da kullanılan ölçeğin alt boyutlar itibarıyla kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Ölçeğin tamamına ilişkin (DOB) Cronbach Alfa değeri ise 0.943 olarak tespit edilmiş olup bu da güvenilirlik düzeyinin mükemmel olduğunu göstermektedir.

3.3. Araştırmada Kullanılan İstatistik Teknikleri

Çalışmadan elde edilen veriler SPSS 21.0 paket programıyla analiz edilmiştir. Tanımlayıcı istatistikler olarak ortalama, standart sapma ve yüzde dağılımlar verilmiştir. İki parametreye sahip değişkenlere ilişkin karşılaştırmalarda bağımsız örneklem t testi, ikiden fazla parametreye sahip değişkenlere ilişkin karşılaştırmalarda tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA) kullanılmıştır.

3.4. Verilerin Toplanması

Araştırmaya dâhil edilecek okullar ve öğrenci sayılarının belirlenmesinin ardından veri toplaması için gerekli kişi ve kurumlardan yazılı onay alınmıştır. Veri toplama araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. Hazırlanan anketler yüz yüze yapılmıştır. Anketler öğrencilerin onayı alındıktan sonra dağıtılmış, öğrencilere araştırmanın amacı ve anketteki sorulara nasıl cevap verecekleri hakkında açıklama yapılmıştır.

4. BULGULAR

Tablo 2. Öğrencilerin Demografik Özellikleri

	n	%
Cinsiyet		
Kız	239	49,9
Erkek	240	50,1
Yaş (Yıl)		
14-15	213	44,5
16-17	220	45,9
18-19	46	9,6
Okul		
Kanyon Koleji	145	30,3
Anadolu Lisesi	95	19,8
Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi	124	25,9
Ertuğrul Gazi Proje Okulu	115	24,0
Sınıf		
1. Sınıf	222	46,3
2. Sınıf	154	32,2
3. Sınıf	61	12,7
4. Sınıf	42	8,8
Ailenin Gelir Durumu (TL)		
0-2000	41	8,6
2001-4000	162	33,8
4001-6000	131	27,3
> 6000	145	30,3
Kendine Ait Bilgisayar		
Evet	384	80,2
Hayır	95	19,8
Evde İnternet		
Evet	456	95,2
Hayır	23	4,8

Yapılmış olan çalışmaya dahil edilen öğrencilerin %49,9'u (n = 239) kız, %50,1'i (n = 240) ise erkektir. Öğrencilerden 213'ü (%44,5) 14-15, 220'si (%45,9) 16-17, 46'sı da (%9,6) 18-19 yaş arasındadır. Çalışmaya 4 lise dahil edilmiş olup öğrencilerden 145'i (%30,3) Kanyon Koleji, 124'ü (%25,9) Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi, 115'si (%24) Ertuğrul Gazi Proje Okulu, 95'i de (%19,8) Anadolu Lisesi'nde okumaktadır. Öğrencilerden 162'sinin (%33,8) ailesinin aylık geliri 2001-4000 TL arasında iken 41'inin (%8,6) 0-2000 TL, 145'inin (%30,3) 6000 TL üzeri, 131'inin (%27,3) de 4001-6000 TL arasında olduğu görülmüştür. Öğrencilerden 384'ünün (%80,2) kendine ait bilgisayarı, 456'sının (%95,2) evinde internet bağlantısı bulunmaktadır (Tablo 2).

Tablo 3. İnternet Kullanımı ve Boş Vakitlerini Değerlendirme Şekillerine İlişkin Dağılımlar

	n	%
İnternete Çoğunlukla		
Bilgisayar	114	23,8
Akıllı Telefon	276	57,6
Hepsi	89	18,6
Boş Vakitleri Değerlendirme		
TV izleyerek	64	13,4
Oyun oynayarak	173	36,1
Ödev yaparak/soru çözerek	9	1,9
Sosyal medya kullanarak	175	36,5
Diğer	58	12,1
İnterneti Kullanma Amacı		
Oyun oynamak	133	27,8
Sosyal medyayı kullanmak	217	45,3
Film ve dizi izlemek	50	10,4
Araştırma ve ders yapmak	48	10,0
Diğer	31	6,5
Günlük İnternet Kullanma Süresi (dakika)		
0-120	250	52,2
121-240	119	24,8
241-360	52	10,9
361-480	33	6,9
481-600	14	2,9
≥ 601	11	2,3

Öğrencilerden 276'sı (%57,6) internete çoğunlukla akıllı telefondan, 114'ü (%23,8) bilgisayardan bağlandığını ifade etmiştir. Öğrencilerden %36,5'i (n = 175) boş vakitlerini sosyal medya kullanarak, %36,1'i (n = 173) internette oyun oynayarak geçirdiğini ifade etmiştir. Öğrencilerin %45,3'ü interneti genel olarak sosyal medyayı kullanmak için, %27,8'i oyun oynamak, %10,4'ü film ve dizi izlemek, %10'u da araştırma ve ders yapmak için kullandığını ifade etmiştir. Öğrencilerin %52,2'si günlük ortalama 0-120 dakika internet kullandığını, %24,8'i 121-240 dakika, %6,9'u 361-480 dakika kullandığını ifade etmiştir (Tablo 3).

Tablo 4. Öğrencilerin Oyun Oynama Davranışlarına İlişkin Özelliklerine Göre Dağılımı

	n	%
Günlük Oyun Oynama Süresi (dakika)		
0-120	323	67,4
121-240	72	15,0
241-360	73	15,2
≥ 601	11	2,3
Oyun Oynarken Kullanılan Alet		
Bilgisayar	176	36,7
Akıllı telefon	299	62,4
Konsol	4	0,8
Oyun Konsolunuz Var mı?		
Evet	77	16,1
Hayır	402	83,9
Genellikle Oynanan Oyun Türü		
Macera	52	10,9
Spor ve yarış	15	3,1
Savaş ve strateji	262	54,7
Bulmaca ve zekâ	150	31,3

Çalışmaya dahil edilen öğrencilerden %67,4'ü günlük ortalama 0-120 dakika, %15'i 121-240 dakika, %15,2'si 241-360 dakika, %2,3'ü de 601 dakika ve daha uzun süre oyun oynadığını ifade etmiştir. Öğrencilerin %62,4'ü oyun oynarken akıllı telefonu, %36,7'si bilgisayarı, %0,8'i de oyun konsolunu kullandığını ifade etmiştir. Öğrencilerden yalnızca 77'sinde (%16,1) oyun konsolu olduğu görülmüştür. Öğrencilerin %54,7'sinin genellikle savaş ve strateji oyunları, %31,3'ünün bulmaca ve zekâ oyunları oynadığı tespit edilmiştir (Tablo 4).

Tablo 5. Öğrencilerin Dijital Oyun Bağımlılığı Ölçeğinden Elde Ettikleri Ortalama Puanlar

	n	x	Ss (±)
DOOYAOÇ	479	1.9202	0.70688
OSTGOYD	479	2.0404	0.82686
BSGE	479	1.8692	0.73557
YPFYOD	479	1.7714	0.63825
DOB	479	1.9176	0.67380

DOOYAOÇ: Dijital Oyun Oynama Yönelik Aşırı Odaklanma ve Çatışma

OSTGOYD: Oyun Süresinde Tolerans Gelişimi ve Oyuna Yüklenen Değer

BSGE: Bireysel ve Sosyal Görevlerin/Ödevlerin Ertelenmesi

YPFYOD: Yoksunluğun Psikolojik-Fizyolojik Yansıması ve Oyuna Dalma

DOB: Dijital Oyun Bağımlılığı

Dijital oyunlar, yeni medyanın bir ürünü olup yeni medyanın özelliklerini de beraberinde getirmektedir. Dijital oyunlar incelenirken sadece metinsel özellikleri dikkate alınmamaktadır (Balcı ve Tiryaki, 2018: 16). Dijital oyun bağımlılığı kavramı, oyun oynama süresini kontrol edememe, başka etkinliklere karşı ilgi kaybının oluşması gibi olumsuz sonuçlarına rağmen oynamaya devam etme ve oyun oynanmadığı zamanlarda psikolojik olarak yoksunluk hissetme gibi belirtilerle görülen dürtü kontrol bozukluğu olarak nitelendirilmektedir (Irmak ve Erdoğan, 2016: 218). Öğrencilerin dijital oyun bağımlılığı düzeylerini ölçmek için kullanılan ölçek 5 alt boyutta dijital oyun bağımlılığını ölçmekte olup her bir alt boyuttan elde edilen ortalama puanlar yukarıdaki tabloda görülmektedir. Tablo incelendiğinde en yüksek ortalama puanın "Oyun Süresinde Tolerans Gelişimi ve Oyuna Yüklenen Değer", en düşük ortalama puanın

“Yoksunluğun Psikolojik-Fizyolojik Yansıması ve Oyuna Dalma” alt boyutundan elde edildiği görülmektedir (Tablo 5).

Tablo 6. Cinsiyete Göre Dijital Oyun Bağımlılığı Düzeyinin Karşılaştırılması

	Cinsiyet	n	x	Ss (±)	t	p
DOOYAOÇ	Kız	239	1.7853	.58355	-4.241	.000
	Erkek	240	2.0545	.78990		
OSTGOYD	Kız	239	1.8519	.64131	-5.108	.000
	Erkek	240	2.2281	.94175		
BSGE	Kız	239	1.7771	.69022	-2.753	.006
	Erkek	240	1.9609	.76863		
YPFYOD	Kız	239	1.6987	.58360	-2.500	.013
	Erkek	240	1.8438	.68193		
DOB	Kız	239	1.7876	.56772	-4.291	.000
	Erkek	240	2.0471	.74384		

Dijital oyun bağımlılığı ölçeğinden elde edilen ortalama puanların öğrencilerin cinsiyetine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır. Dijital oyun bağımlılığı ölçen tüm alt boyutların cinsiyete göre farklılık gösterdiği ($p<0.05$). Yapılan analiz sonucunda erkek öğrencilerin tüm alt boyutlarda kız öğrencilere göre anlamlı şekilde daha yüksek puan elde ettikleri, aynı zamanda dijital oyun bağımlılığı düzeylerinin de anlamlı şekilde yüksek olduğu saptanmıştır (Tablo 6).

Tablo 7. Yaşa Göre Dijital Oyun Bağımlılığı Düzeyinin Karşılaştırılması

	Yaş	n	x	F	p
DOOYAOÇ	14-15 Yaş	213	2.0231	4.627	.010
	16-17 Yaş	220	1.8573		
	18-19 Yaş	46	1.7441		
OSTGOYD	14-15 Yaş	213	2.1867	6.708	.001
	16-17 Yaş	220	1.9476		
	18-19 Yaş	46	1.8070		
BSGE	14-15 Yaş	213	1.9433	2.437	.089
	16-17 Yaş	220	1.8299		
	18-19 Yaş	46	1.7137		
YPFYOD	14-15 Yaş	213	1.8310	1.754	.174
	16-17 Yaş	220	1.7307		
	18-19 Yaş	46	1.6902		
DOB	14-15 Yaş	213	1.7457	4.905	.008
	16-17 Yaş	220	1.8557		
	18-19 Yaş	46	1.7457		

Dijital oyun bağımlılığı ölçeğinden öğrencilerin elde ettikleri puanların yaşa göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA) kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda DOOYAOÇ, OSTGOYD ve DOB alt boyutlarındaki farklılığın anlamlı olduğu görülmüştür ($p<0.05$) (Tablo 7). İlgili alt boyutlardaki farklılığın hangi yaş grupları arasında olduğunu tespit etmek için Post-Hoc (Tukey HSD) analizi yapılmıştır.

Tablo 8. Yaşa Göre Dijital Oyun Bağımlılığı Düzeylerinin Tukey Testi Sonuçları

Değişkenler	(I)Yaş	(J)Yaş	Ortalamalar Arası Fark	P
DOOYAOÇ	14-15	16-17	0.16587	.038
		18-19	0.27902	.039
	16-17	14-15	-0.1659	.038
		18-19	0.11314	.581
	18-19	14-15	-0.2790	.039
		16-17	-0.11314	.581
OSTGOYD	14-15	16-17	0.23908	.007
		18-19	0.37971	.012
	16-17	14-15	-0.2391	.007
		18-19	0.14063	.538
	18-19	14-15	-0.3797	.012
		16-17	-0.14063	.538
DOB	14-15	16-17	0.16305	.031
		18-19	0.27308	.033
	16-17	14-15	-0.1631	.031
		18-19	0.11003	.567
	18-19	14-15	-0.2731	.033
		16-17	-0.11003	.567

İlgili alt boyuttaki farklılığın hangi yaş grupları arasında olduğunu tespit etmek için yapılan Post-Hoc (Tukey HSD) analizi sonucunda; 14-15 yaş arasındaki öğrencilerin DOOYAOÇ, OSTGOYD ve DOB düzeylerinin, 16-17 yaş ve 18-19 yaş arasındaki öğrencilerden anlamlı düzeyde farklılaştığı bulunmuştur ($p < 0.05$). 14-15 yaş arasındaki öğrencilerin DOOYAOÇ düzeylerinin diğer yaş gruplarına göre anlamlı şekilde daha yüksek olduğu görülmüştür. Buna göre yaş, öğrencilerin dijital oyun bağımlılıklarını etkileyen bir faktör olarak değerlendirilebilir (Tablo 8).

Tablo 9. Okula Göre Dijital Oyun Bağımlılığı Düzeyinin Karşılaştırılması

	Okul	n	x	F	p
DOOYAOÇ	Kanyon Koleji	145	1.9570	16.790	.000
	Anadolu Lisesi	95	1.6919		
	Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi	124	1.7345		
	Ertuğrul Gazi Proje Okulu	115	2.2625		
OSTGOYD	Kanyon Koleji	145	2.1212	25.900	.000
	Anadolu Lisesi	95	1.6496		
	Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi	124	1.8184		
	Ertuğrul Gazi Proje Okulu	115	2.5008		
BSGE	Kanyon Koleji	145	1.9197	7.550	.000
	Anadolu Lisesi	95	1.7043		
	Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi	124	1.7221		
	Ertuğrul Gazi Proje Okulu	115	2.1002		
YPFYOD	Kanyon Koleji	145	1.8500	9.743	.000
	Anadolu Lisesi	95	1.5447		
	Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi	124	1.6734		
	Ertuğrul Gazi Proje Okulu	115	1.9652		
DOB	Kanyon Koleji	145	1.9758	18.590	.000
	Anadolu Lisesi	95	1.6594		
	Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi	124	1.7446		
	Ertuğrul Gazi Proje Okulu	115	2.2442		

Dijital oyun bağımlılığı ölçeğinden öğrencilerin elde ettikleri ortalama puanların okula göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA) kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, tüm alt boyutların okullara göre anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmüştür ($p < 0.05$) (Tablo 8). İlgili alt boyutlardaki farklılığın hangi okullar arasında olduğunu tespit etmek için çoklu karşılaştırma testlerinden Tukey testi yapılmıştır.

İlgili alt boyuttaki farklılığın hangi okullar arasında olduğunu tespit etmek için yapılan Post-Hoc (Tukey HSD) analizi sonucunda, DOOYAOÇ: Dijital Oyun Oynamaya Yönelik Aşırı Odaklanma ve Çatışma Düzeylerinin sadece Anadolu Lisesi ile Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür ($p = 0.967$, $p > 0.05$). Diğer okullar arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p \leq 0.05$). Farklılığın Ertuğrul Gazi Proje Okulu öğrencileri lehine olduğu görülmüştür.

Okullara göre OSTGOYD: Oyun Süresinde Tolerans Gelişimi ve Oyuna Yüklenen Değer boyutundaki farklılığın hangi okullar arasında olduğunu tespit etmek için yapılan Post-Hoc (Tukey HSD) analizi sonucunda, sadece Anadolu Lisesi ile Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür ($p = 0.374$, $p > 0.05$). Diğer okullar arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p \leq 0.05$). Farklılığın Ertuğrul Gazi Proje Okulu öğrencileri lehine olduğu görülmüştür.

Okullara göre BSGE: Bireysel ve Sosyal Görevlerin/Ödevlerin Ertelenmesi boyutundaki farklılığın hangi okullar arasında olduğunu tespit etmek için yapılan Post-Hoc (Tukey HSD) analizi sonucunda, Anadolu Lisesi ile Ertuğrul Gazi Proje Okulu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p = 0.000$, $p \leq 0.05$). Ayrıca, Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi ile Ertuğrul Gazi Proje Okulu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p = 0.000$, $p \leq 0.05$).

Okullara göre YPFYOD: Yoksunluğun Psikolojik-Fizyolojik Yansıması ve Oyuna Dalma boyutundaki farklılığın hangi okullar arasında olduğunu tespit etmek için yapılan Post-Hoc (Tukey HSD) analizi sonucunda, Kanyon Koleji ile Anadolu Lisesi arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p = 0.001$, $p \leq 0.05$). Anadolu Lisesi ile Ertuğrul Gazi Proje Okulu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p = 0.000$, $p \leq 0.05$). Ayrıca, Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi ile Ertuğrul Gazi Proje Okulu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p = 0.002$, $p \leq 0.05$).

Okullara göre DOB: Dijital Oyun Bağımlılığı boyutundaki farklılığın hangi okullar arasında olduğunu tespit etmek için yapılan Post-Hoc (Tukey HSD) analizi sonucunda, sadece Anadolu Lisesi ile Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür ($p = 0.762$, $p > 0.05$). Diğer okullar arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür ($p \leq 0.05$). Tüm bu sonuçlara göre öğrencilerin dijital oyun bağımlılığının okullara göre farklılık gösterdiği söylenebilir.

Tablo 10. Sınıfa Göre Dijital Oyun Bağımlılığı Düzeyinin Karşılaştırılması

	Sınıf	n	x	F	p
DOOYAOÇ	1.	222	2.0063	5.328	.001
	2.	154	1.7872		
	3.	61	2.0839		
	4.	42	1.7148		
OSTGOYD	1.	222	2.1804	8.209	.000
	2.	154	1.8379		
	3.	61	2.2323		
	4.	42	1.7645		
BSGE	1.	222	1.9253	2.665	.047
	2.	154	1.7883		
	3.	61	2.0003		
	4.	42	1.6786		
YPFYOD	1.	222	1.8176	2.579	.053
	2.	154	1.6867		
	3.	61	1.8975		
	4.	42	1.6548		
DOB	1.	222	2.0050	5.854	.001
	2.	154	1.7852		
	3.	61	2.0764		
	4.	42	1.7105		

Dijital oyun bağımlılığından elde edilen ortalama puanların sınıf değişkenine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek için tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda ortalama puanların sınıf değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaştığı görülmüştür ($p \leq 0.05$). (Tablo 10). Sadece, YPFYOD: Yoksunluğun Psikolojik-Fizyolojik Yansıması ve Oyuna Dalma alt boyutunda, sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p=0.053$, $p>0.05$).

İlgili alt boyutlardaki farklılığın hangi sınıflar arasında olduğunu tespit etmek için yapılan Post-Hoc (Tukey HSD) analizi sonucuna göre, DOOYAOÇ alt boyutunda 1. ile 2. sınıflar arasında, 2. ile 3. sınıflar arasında ve 3. ile 4. sınıflar arasında anlamlı farklılıklar görülmüştür ($p \leq 0.05$). OSTGOYD alt boyutunda 1. ile 2. sınıflar arasında, 1. ile 4. sınıflar arasında, 2 ile 3. sınıflar arasında ve 3. ve 4. sınıflar arasında anlamlı farklılıklar görülmüştür ($p \leq 0.05$). Tukey testi sonucuna göre YPFYOD alt boyutunda, sınıf değişkenine göre anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Son olarak, DOB alt boyutunda, 1.sınıflar ile 2.sınıflar arasında, 1.sınıflar ile 4.sınıflar arasında, 2.sınıflar ile 3.sınıflar arasında ve 3.sınıflar ile 4.sınıflar arasında anlamlı farklılıklar görülmüştür. Tüm bu sonuçlara göre öğrencilerin dijital oyun bağımlılığının sınıflarına göre farklılık gösterdiği söylenebilir.

Tablo 11. Ailenin Gelir Durumuna Göre Dijital Oyun Bağımlılığı Düzeyinin Karşılaştırılması

	Ailenin Gelir Durumu (TL)	n	x	F	p
DOOYAOÇ	0-2000	41	1.9617	.767	.513
	2001-4000	162	1.8980		
	4001-6000	131	1.8640		
	≥ 6000	145	1.9839		
OSTGOYD	0-2000	41	2.2010	2.719	.044
	2001-4000	162	2.0247		
	4001-6000	131	1.8935		
	≥ 6000	145	2.1452		
BSGE	0-2000	41	1.8493	.363	.780
	2001-4000	162	1.8598		
	4001-6000	131	1.8311		
	≥ 6000	145	1.9197		
YPFYOD	0-2000	41	1.9207	2.382	.069
	2001-4000	162	1.7346		
	4001-6000	131	1.6870		
	≥ 6000	145	1.8466		
DOB	0-2000	41	1.9951	1.449	.228
	2001-4000	162	1.8975		
	4001-6000	131	1.8364		
	≥ 6000	145	1.9915		

Dijital oyun bağımlılığı ölçeğinden öğrencilerin elde ettikleri ortalama puanların ailenin gelir durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA) sonucunda ailenin gelir durumunun dijital oyun bağımlılığı üzerindeki etkisinin anlamlı olmadığı görülmüştür ($p>0.05$) (Tablo 11). Sadece alt boyutlarda OSTGOYD ile ailenin gelir durumu arasında anlamlı farklılık görülmüştür ($p=0.044$, $p\leq 0.05$). Ailenin gelir durumuna göre, OSTGOYD alt boyutundaki farklılığın hangi gelir dağılımları arasında olduğunu tespit etmek için yapılan Post-Hoc (Tukey HSD) analizi yapılmıştır.

Tablo 12. Ailenin Gelir Durumuna Göre Dijital Oyun Bağımlılığı Düzeylerinin Tukey Testi Sonuçları

Değişkenler	(I) Gelir	(J) Gelir	Ortalamalar Arası Fark	P
OSTGOYD	0-2000	2001-4000	.17628	.611
		4001-6000	.30746	.158
		≥ 6000	.05573	.981
	2001-4000	0-2000	-.17628	.611
		4001-6000	.13118	.527
		≥ 6000	-.12055	.575
	4001-6000	0-2000	-.30746	.158
		2001-4000	-.13118	.527
		≥ 6000	-.25173	.055
	≥ 6000	0-2000	-.5573	.981
		2001-4000	.12055	.575
		4001-6000	.25173	.055

Tukey testi sonucuna göre, en yakın farklılık 4001-6000 TL ile 6000 TL ve üzeri gelir dağılımları arasında görülmüştür ($p=0.055$) (Tablo 12). Tüm bu sonuçlara göre öğrencilerin dijital oyun bağımlılığının ailelerinin gelir dağılımına göre farklılık göstermediği söylenebilir.

Tablo 13. Kendine Ait Bilgisayara Sahip Olup Olmama Durumuna Göre Dijital Oyun Bağımlılığı Düzeyinin Karşılaştırılması

	Kendine Ait Bilgisayar	n	x	Ss (\pm)	t	p
DOOYAOÇ	Evet	384	1.9324	.71121	.763	.446
	Hayır	95	1.8706	.69060		
OSTGOYD	Evet	384	2.0835	.83568	2.304	.017
	Hayır	95	1.8662	.77003		
BSGE	Evet	384	1.8770	.73567	.469	.640
	Hayır	95	1.8375	.73822		
YPFYOD	Evet	384	1.7845	.62342	.845	.399
	Hayır	95	1.7184	.69596		
DOB	Evet	384	1.9374	.67354	1.292	.197
	Hayır	95	1.8377	.67246		

Öğrencilerin kendilerine ait bilgisayarları olup olmamasına göre dijital oyun bağımlılığı ölçeğinden elde ettikleri ortalama puanlar arasında farklılık olup olmadığını tespit etmek için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Testin sonucuna göre DOOYAOÇ ($p=0.446$, $p>0.05$), BSGE ($p=0.640$, $p>0.05$), YPFYOD ($p=0.399$, $p>0.05$), ve DOB ($p=0.197$, $p>0.05$) alt boyutlarında homojen dağılım vardır ancak öğrencilerin kendine ait bilgisayara sahip olmanın dijital oyun bağımlılığı üzerinde anlamlı bir farklılığa yol açmadığı görülmüştür ($p>0.05$) (Tablo 13). Ancak, OSTGOYD ($p=0.017$, $p\leq 0.05$) alt boyutunda, öğrencilerin kendine ait bilgisayara sahip olmanın dijital oyun bağımlılığı üzerinde anlamlı bir farklılığa yol açtığı görülmüştür ($p\leq 0.05$) (Tablo 13). Tüm bu sonuçlara göre öğrencilerin dijital oyun bağımlılığın, kendilerine ait bilgisayarları olup olmamasına göre farklılık göstermediği söylenebilir.

Tablo 14. Oyun Konsolu Olup Olmama Durumuna Göre Dijital Oyun Bağımlılığı Düzeyinin Karşılaştırılması

	Oyun Konsolu	n	x	Ss (\pm)	t	p
DOOYAOÇ	Evet	77	2.0925	.76155	2.346	.019
	Hayır	402	1.8872	.69204		
OSTGOYD	Evet	77	2.3271	1.05766	3.357	.008
	Hayır	402	1.9855	.76430		
BSGE	Evet	77	1.9395	.72569	.915	.360
	Hayır	402	1.8557	.73758		
YPFYOD	Evet	77	1.9513	.73229	2.718	.007
	Hayır	402	1.7369	.61363		
DOB	Evet	77	2.0988	.75802	2.591	.010
	Hayır	402	1.8829	.65175		

Öğrencilerin oyun konsoluna sahip olup olmama durumuna göre dijital oyun bağımlılığı düzeyleri arasında farklılık olup olmadığını tespit etmek için amacıyla bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır. Yapılan bağımsız örneklem t testi neticesinde öğrencilerin oyun konsolu olup olmamasının, DOOYAOÇ, OSTGOYD, YPFYOD ve DOB alt boyutlarında farklılık gösterdiği saptanmıştır ($p<0.05$). Ancak sadece BSGE alt boyutunda, oyun konsolosuna sahip olmamanın anlamlı bir farklılığa yol açmadığı görülmüştür ($p=0.360$) (Tablo 14). Tüm bu sonuçlara göre

öğrencilerin dijital oyun bağımlılığın, oyun konsoluna sahip olup olmamasına göre farklılık gösterdiği söylenebilir.

Tablo 15. Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden Elde Edilen Puanların Karşılaştırılması

	n	X	Ss (±)
Toplumsal tutumlar	479	2.3779	.94535
Doyumlar	479	2.5809	.98742
Açık görüşlülük	479	3.3027	.87681
Sosyalleşme	479	2.2610	.92020
Bağımlılık	479	2.7875	.94360
İçselleştirme	479	2.5151	.82530
Çabasız bilgi	479	3.5394	.59992

Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını ölçmek amacıyla kullanılan ölçek “toplumsal tutumlar”, “doyumlar”, “açık görüşlülük”, “sosyalleşme”, “bağımlılık”, “içselleştirme” ve “çabasız bilgi” olmak üzere yedi alt boyuta sahiptir. Öğrencilerin ölçekten elde ettikleri ortalama puanlar yukarıdaki tabloda görülmektedir. Tablodan da görüleceği üzere öğrenciler en yüksek ortalama puanı “çabasız bilgi”, en düşük ortalama puanı ise “sosyalleşme” alt boyutundan elde etmiştir (Tablo 15).

Tablo 16. Cinsiyete Göre Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden Elde Edilen Puanların Karşılaştırılması

	Cinsiyet	n	X	Ss (±)	t	p
Toplumsal tutumlar	Kız	239	2.2554	0.88956	-2.853	.005
	Erkek	240	2.5000	0.98457		
Doyumlar	Kız	239	2.5321	0.97198	-1.082	.280
	Erkek	240	2.6296	1.00221		
Açık görüşlülük	Kız	239	3.2458	0.87055	-1.419	.157
	Erkek	240	3.3594	0.88115		
Sosyalleşme	Kız	239	2.1747	0.91674	-2.055	.040
	Erkek	240	2.3469	0.91749		
Bağımlılık	Kız	239	2.8176	0.99200	.696	.487
	Erkek	240	2.7575	0.89388		
İçselleştirme	Kız	239	2.4644	0.82712	-1.343	.180
	Erkek	240	2.5656	0.82210		
Çabasız bilgi	Kız	239	3.6029	0.58060	2.321	.021
	Erkek	240	3.4762	0.61326		

Öğrencilerin cinsiyetine göre sosyal medya tutum ölçeğinden elde ettikleri ortalama puanlar arasında farklılık olup olmadığını tespit etmek için yapılan bağımsız örneklem t testi neticesinde, “toplumsal tutumlar”, “sosyalleşme” ve “çabasız bilgi” alt boyutlarında, cinsiyetin sosyal medya tutum ölçeğinde anlamlı bir farklılığa yol açtığı görülmüştür ($p \leq 0.05$) (Tablo 16). Erkek öğrenciler “toplumsal tutumlar” ve “sosyalleşme” alt boyutlarında daha yüksek puan elde ederken, kız öğrencilerin “çabasız bilgi” alt boyutundan elde ettikleri ortalama puanların erkek öğrencilerden anlamlı şekilde daha yüksek olduğu görülmüştür ($p < 0.05$) (Tablo 16).

Tablo 17. Okula Göre Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden Elde Edilen Puanların Karşılaştırılması

	Okul	n	X	F	p
Toplumsal tutumlar	Kanyon Koleji	145	2.3427	3.338	.019
	Anadolu Lisesi	95	2.4040		
	Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi	124	2.2069		
	Ertuğrul Gazi Proje Okulu	115	2.5853		
Doyumlar	Kanyon Koleji	145	2.5866	4.264	.005
	Anadolu Lisesi	95	2.5202		
	Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi	124	2.3880		
	Ertuğrul Gazi Proje Okulu	115	2.8320		
Açık görüşlülük	Kanyon Koleji	145	3.3448	.232	.874
	Anadolu Lisesi	95	3.2816		
	Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi	124	3.2601		
	Ertuğrul Gazi Proje Okulu	115	3.3130		
Sosyalleşme	Kanyon Koleji	145	2.2569	13.882	.000
	Anadolu Lisesi	95	1.9605		
	Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi	124	2.1008		
	Ertuğrul Gazi Proje Okulu	115	2.6870		
Bağımlılık	Kanyon Koleji	145	2.8483	5.877	.001
	Anadolu Lisesi	95	2.5832		
	Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi	124	2.6323		
	Ertuğrul Gazi Proje Okulu	115	3.0470		
İçselleştirme	Kanyon Koleji	145	2.5500	5.461	.001
	Anadolu Lisesi	95	2.3605		
	Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi	124	2.3790		
	Ertuğrul Gazi Proje Okulu	115	2.7457		
Çabasız bilgi	Kanyon Koleji	145	3.5647	.796	.497
	Anadolu Lisesi	95	3.6024		
	Şehit Abdülkadir Kılavuz Anadolu Lisesi	124	3.5018		
	Ertuğrul Gazi Proje Okulu	115	3.4962		

Sosyal medya tutum ölçeğinden elde edilen ortalama puanların okul değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Yapılan istatistiksel analiz sonucunda “toplumsal tutumlar”, “doyumlar”, “sosyalleşme”, “bağımlılık” ve “içselleştirme” alt boyutlarındaki farklılığın anlamlı olduğu görülmüştür ($p \leq 0.05$). Ancak “Açık görüşlülük” ve “Çabasız bilgi” alt boyutlarında, okullara göre farklılığın anlamlı olmadığı saptanmıştır ($p > 0.05$) (Tablo 17). Tüm bu sonuçlara göre, sosyal medya tutum ölçeğinin öğrencilerin okudukları okullara göre farklılık gösterdiği söylenebilir.

Tablo 18. Sınıfa Göre Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden Elde Edilen Puanların Karşılaştırılması

	Sınıf	n	X	F	p
Toplumsal tutumlar	1.	222	2.4296	1.268	.285
	2.	154	2.2793		
	3.	61	2.5025		
	4.	42	2.2857		
Doyumlar	1.	222	2.5531	2.555	.055
	2.	154	2.5874		
	3.	61	2.8470		
	4.	42	2.3181		
Açık görüşlülük	1.	222	3.2568	1.523	.208
	2.	154	3.3393		
	3.	61	3.4795		
	4.	42	3.1548		
Sosyalleşme	1.	222	2.3097	3.431	.017
	2.	154	2.1591		
	3.	61	2.5123		
	4.	42	2.0119		
Bağımlılık	1.	222	2.7333	3.380	.018
	2.	154	2.7909		
	3.	61	3.1148		
	4.	42	2.5857		
İçselleştirme	1.	222	2.4887	2.678	.047
	2.	154	2.5032		
	3.	61	2.7664		
	4.	42	2.3333		
Çabasıız bilgi	1.	222	3.4953	.826	.480
	2.	154	3.5908		
	3.	61	3.5690		
	4.	42	3.5417		

Sosyal medya tutum ölçeğinden elde edilen ortalama puanların sınıf değişkenine göre anlamlı biçimde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonucuna göre, “sosyalleşme”, “bağımlılık” ve “içselleştirme” alt boyutlarında farklı sınıflar arasındaki farkın anlamlı olduğu ($p \leq 0.05$) görülmüştür. Diğer alt boyutlardaki sınıflar arası farkın anlamlı olmadığı saptanmıştır ($p > 0.05$) (Tablo 18).

Farklılığın hangi sınıflar arasında olduğunu tespit etmek için yapılan Post-Hoc (LSD) analizi neticesinde, “sosyalleşme” alt boyutunda, 2. sınıflar ile 3. sınıflar ($p = 0.011$, $p \leq 0.05$) ve 3. sınıflar ile 4. sınıflar ($p = 0.039$, $p \leq 0.007$) arasında anlamlı farklılıklar olduğu saptanmıştır. “Bağımlılık” alt boyutunda 1. sınıflar ile 3. Sınıflar ($p = 0.005$, $p \leq 0.05$), 2. sınıflar ile 3. sınıflar ($p = 0.023$, $p \leq 0.05$) ve 3. sınıflar ile 4. sınıflar ($p = 0.005$, $p \leq 0.007$) arasında anlamlı farklılıklar olduğu saptanmıştır. Son olarak, “içselleştirme” alt boyutunda da 1. sınıflar ile 3. Sınıflar ($p = 0.020$, $p \leq 0.05$), 2. sınıflar ile 3. sınıflar ($p = 0.035$, $p \leq 0.05$) ve 3. sınıflar ile 4. sınıflar ($p = 0.009$, $p \leq 0.007$) arasında anlamlı farklılıklar olduğu saptanmıştır.

Tablo 19. Ailenin Gelir Durumuna Göre Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden Elde Edilen Bulgular

	Ailenin Gelir Durumu (TL)	n	X	F	p
Toplumsal tutumlar	0-2000	41	1.9673	3.081	.027
	2001-4000	162	2.3767		
	4001-6000	131	2.4122		
	≥ 6000	145	2.4645		
Doyumlar	0-2000	41	2.1712	2.629	.050
	2001-4000	162	2.6243		
	4001-6000	131	2.5987		
	≥ 6000	145	2.6323		
Açık görüşlülük	0-2000	41	3.0610	1.469	.222
	2001-4000	162	3.3796		
	4001-6000	131	3.2958		
	≥ 6000	145	3.2914		
Sosyalleşme	0-2000	41	1.8598	3.962	.008
	2001-4000	162	2.3318		
	4001-6000	131	2.1813		
	≥ 6000	145	2.3672		
Bağımlılık	0-2000	41	2.5268	2.257	.081
	2001-4000	162	2.8420		
	4001-6000	131	2.6901		
	≥ 6000	145	2.8883		
İçselleştirme	0-2000	41	2.2927	1.835	.140
	2001-4000	162	2.5432		
	4001-6000	131	2.4542		
	≥ 6000	145	2.6017		
Çabasız bilgi	0-2000	41	3.5298	.157	.925
	2001-4000	162	3.5652		
	4001-6000	131	3.5206		
	≥ 6000	145	3.5303		

Öğrencilerin ailelerinin gelir durumuna göre sosyal medya tutum ölçeğinden elde ettikleri ortalama puanlar arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla uygulanan tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA) yapılmıştır. Analiz sonucuna göre, ailenin gelir durumunun sosyal medya tutumu alt boyutlarından “toplumsal tutumlar”, “doyumlar” ve “sosyalleşme” üzerinde anlamlı farklılığa neden olduğu görülmüştür ($p \leq 0.05$). Diğer alt boyutlardaki ailenin gelir durumu arasındaki farkın anlamlı olmadığı saptanmıştır ($p > 0.05$) (Tablo 19).

Farklılığın hangi gelir grupları arasında olduğunu tespit etmek için yapılan Post-Hoc (LSD) analizi neticesinde, “toplumsal tutumlar”, “doyumlar” ve “sosyalleşme” alt boyutlarında, 0-2000 TL gelir grubu ile diğer tüm gruplar arasında anlamlı farklılık olduğu saptanmıştır ($p \leq 0.05$).

Tablo 20. Kendine Ait Bilgisayara Sahip Olup Olmama Durumuna Göre Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden Elde Edilen Bulgular

	Kendine Ait Bilgisayar	n	X	Ss (±)	t	p
Toplumsal tutumlar	Evet	384	2.3455	.96039	-1.509	.132
	Hayır	95	2.5088	.87451		
Doyumlar	Evet	384	2.5552	1.00845	-1.148	.219
	Hayır	95	2.6851	.89481		
Açık görüşlülük	Evet	384	3.2799	.88582	-1.143	.254
	Hayır	95	3.3947	.83760		
Sosyalleşme	Evet	384	2.2676	.94003	.316	.752
	Hayır	95	2.2342	.83937		
Bağımlılık	Evet	384	2.7630	.95921	-1.141	.255
	Hayır	95	2.8863	.87551		
İçselleştirme	Evet	384	2.5039	.84271	-0.598	.550
	Hayır	95	2.5605	.75329		
Çabasız bilgi	Evet	384	3.4980	.58072	-3.064	.002
	Hayır	95	3.7068	.64866		

Öğrencilerin kendine ait bilgisayara sahip olup olmama durumuna göre sosyal medya tutum ölçeğinden elde ettikleri ortalama puanlar arasında farklılık olup olmadığını tespit etmek için yapılan bağımsız örneklem t testi neticesinde kendine ait bilgisayarı olmayan öğrencilerin “çabasız bilgi” alt boyutunda anlamlı şekilde daha yüksek puan elde ettikleri görülmüştür ($p < 0.05$) (Tablo 20).

Tablo 21. İnternete Bağlanılan Cihaza Göre Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden Elde Edilen Puanların Karşılaştırılması

	İnternete Bağlanılan Cihaz	n	X	F	p
Toplumsal tutumlar	Bilgisayar	114	2.3451	1.852	.158
	Akıllı Telefon	276	2.4408		
	Hepsi	89	2.2249		
Doyumlar	Bilgisayar	114	2.4949	.632	.532
	Akıllı Telefon	276	2.5972		
	Hepsi	89	2.6407		
Açık görüşlülük	Bilgisayar	114	3.1711	2.118	.121
	Akıllı Telefon	276	3.3678		
	Hepsi	89	3.2697		
Sosyalleşme	Bilgisayar	114	2.0746	3.182	.042
	Akıllı Telefon	276	2.3080		
	Hepsi	89	2.3539		
Bağımlılık	Bilgisayar	114	2.6281	2.381	.094
	Akıllı Telefon	276	2.8181		
	Hepsi	89	2.8966		
İçselleştirme	Bilgisayar	114	2.3816	2.149	.118
	Akıllı Telefon	276	2.5716		
	Hepsi	89	2.5112		
Çabasız bilgi	Bilgisayar	114	3.4459	1.832	.161
	Akıllı Telefon	276	3.5666		
	Hepsi	89	3.5749		

Öğrencilerin internete bağlandıkları cihaza göre sosyal medya tutum ölçeğinden elde edilen puanlar arasında farklılık olup olmadığını tespit etmek için yapılan tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA) neticesinde gruplar arasında sadece “sosyalleşme” alt boyutunda anlamlı fark saptanmıştır ($p<0.05$) (Tablo 21).

Öğrencilerin internete bağlandıkları cihaza göre, “sosyalleşme” alt boyutundaki farklılığın internete bağlanılan hangi cihazlar arasında olduğunu tespit etmek için yapılan Post-Hoc (LSD) analizi yapılmıştır.

Tablo 22. İnternete Bağlanılan Cihaza Göre Sosyal Medya Tutum Ölçeği Düzeylerinin Post-Hoc (LSD) Testi Sonuçları

Değişkenler	(D)İnternete daha çok nereden	(J) İnternete daha çok nereden	Ortalamalar Arası Fark	P
Sosyalleşme	Bilgisayar	Akıllı Telefon	-.2334	.023
		Hepsi	-.2794	.032
	Akıllı Telefon	Bilgisayar	.23341	.023
		Hepsi	-.04596	.681
	Hepsi	Bilgisayar	.27937	.032
		Akıllı Telefon	.4596	.681

Post-Hoc (LSD) testi sonucuna göre, bilgisayar ile akıllı telefon, bilgisayar ve hepsi grupları arasında anlamlı farklılık görülmüştür ($p<0.05$) (Tablo 22).

Tablo 23. Oyun Konsoluna Sahip Olup Olmama Durumuna Göre Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden Elde Edilen Puanların Karşılaştırılması

	Oyun Konsolu	n	X	Ss (±)	t	p
Toplumsal tutumlar	Evet	77	2.1732	.83318	-2.081	.038
	Hayır	402	2.4171	.96132		
Doyumlar	Evet	77	2.4671	1.07000	-1.104	.270
	Hayır	402	2.6027	.97070		
Açık görüşlülük	Evet	77	3.1948	.86946	-1.179	.239
	Hayır	402	3.3234	.87777		
Sosyalleşme	Evet	77	2.1169	.91819	-1.502	.134
	Hayır	402	2.2886	.91915		
Bağımlılık	Evet	77	2.6649	1.09373	-1.245	.274
	Hayır	402	2.8109	.91170		
İçselleştirme	Evet	77	2.3506	.92858	-1.914	.086
	Hayır	402	2.5466	.80144		
Çabasıız bilgi	Evet	77	3.5468	.54405	.117	.907
	Hayır	402	3.5380	.61066		

Öğrencilerin oyun konsoluna sahip olup olmama durumuna göre sosyal medya tutum ölçeğinden elde edilen puanlar arasında farklılık olup olmadığını tespit etmek için yapılan bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. T testi neticesinde “toplumsal tutumlar” alt boyutunda anlamlı farklılık saptanmıştır ($p<0.05$). Oyun konsoluna sahip olan öğrencilerin alt anlamlı şekilde daha yüksek puan elde ettikleri görülmüştür (Tablo 23).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde sürekli gelişme gösteren dijital çağda internete ulaşımının giderek kolaylaşması ve teknolojinin hızla ilerlemesi ile ergenlerin ve çocukların, hatta bireylerin güvenliği de tehlike altına girmektedir. Dijital oyun kullanımının ergenler üzerinde olumsuz etkileri ve tehlikeleri de gün geçtikçe artış göstermektedir. Son yıllarda hızla artan elektronik oyuncak ilgisinin giderek

tehlikeli boyutlara ulaştığı iddia edilmektedir. Elektronik oyuncaklar çocukların ve ergenlerin yetersiz bir ortamda sıkışıp kalmasına neden olan bireysel oyunlardır. Ergenlerin yaratıcılık yeteneğinin gelişmesini engellemekte ve sosyal gelişimlerini olumsuz açıdan etkilemektedir (Yavuzer, 2000: 191-199). Dijital oyun oynamanın davranış bozukluklarına kadar gittiği bu çalışmada da saptanmıştır. Özellikle bağımlılık seviyesine kadar ulaşması çocuklar üzerinde büyük tehdit oluşturmaktadır. Dijital oyun ortamlarında kullanılan nefret söylemleri ve şiddet içerikli unsurlar hızlı bir şekilde yayılmakta ve hatta popüler hale gelmektedir. Ancak dijital oyunların çocuklar üzerindeki olumlu etkileri ve teknolojinin dinamik bir yapıya sahip olmasından dolayı engellenmesi giderek zorlaşmaktadır. Bu bağlamda ailelere büyük pay düşmektedir. Ebeveynler çocuklar üzerinde doğru yaklaşım sağlayamadıkları müddetçe dijital oyunların yaydığı tehlikelerden çocukları korumaları güçleşecektir. Sınır koyulmadığı takdirde çocuklar dijital oyun bağımlılığına ve şiddete kolaylıkla eğilim göstereceklerdir. Dolayısıyla bu çalışmayla dijital oyun bağımlılığı kavramına katkıda bulunmuş olup, sonucunda ailelere ve ergenlere tavsiyeler sunulmuştur. Bu amaç ve çerçevede anket geliştirilmiş olup araştırmanın işleyiş süreci oluşturulmuştur.

Araştırmanın işleyiş süreci kapsamında literatürden yararlanılarak hazırlanan bağımlılık ölçeklerinde ilişkisel faktör analizi kullanılmıştır. Araştırmanın amacına ulaşmak için 479 lise öğrencisinden toplanan veriler kullanılmıştır. Bunun sonucunda ulaşılan verilere göre araştırmaya katılan öğrenci sayısında kız öğrencilerin daha fazla olduğu saptanmıştır. Bağımlılık ölçeğinin cinsiyet ayrımında etkisi yapılan araştırma sonucu anlaşılmıştır. Erkek öğrencilerin dijital oyun bağımlılığına yatkınlığının daha fazla olduğu araştırma sonucunda elde edilmiştir. Bu durum cinsiyet farklılığının dijital oyun bağımlılığında bile etkisinin olduğunu ortaya koymaktadır. Öğrencilerin çoğunluğu kendilerine ait akıllı telefonda internete bağlandıklarını ve interneti kullanma amaçlarının genellikle oyun oynamak ve sosyal medya kullanmak olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin günlük oyun oynama süreleri genellikle 120 dakika olarak tespit edilmiş olup, yine çoğunluğun akıllı telefonda oyun oynadıkları ve genellikle savaş ve strateji oyunları, bulmaca ve zekâ oyunları oynadıkları gözlemlenmiştir. Şiddet içerikli oyun üretiminin giderek artmasının en büyük sebebinin tüketim olduğu da bunun sonucunda ortaya koyulmuştur.

Dijital oyun bağımlılığına ilişkin bulgularda ise yaş unsurunun dijital oyun bağımlılığına etkisi gözlemlenmiştir. Araştırmanın sonucunda 14-15 yaş aralığındaki çocukların dijital oyun bağımlılığına yatkınlığının daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonuca göre yaş unsurunun oyun bağımlılığı üzerinde etkisinin tehlikeleri gözlemlenmektedir. Ebeveynlerin kendilerini bu konuda geliştirmeleri gerektiği bir kez daha ortaya konulmuştur. Dijital oyun bağımlılığı düzeyinin okullara göre karşılaştırılmasında farklılık tespit edilmiştir. Bu farklılığın sonucunda dijital oyun bağımlılığı düzeyinin Kanyon Koleji ve Ertuğrul Gazi Proje Okulları'nın daha fazla olduğu elde edilmiştir. Buna göre özel okul öğrencilerinin gelir durumlarının bir kez daha bağımlılık unsurunda etkili olduğu anlaşılmıştır. Yapılan istatistiksel analiz neticesinde aynı zamanda oyun oynama süresindeki artışa bağlı olarak dijital oyun bağımlılığının (DOB) arttığı, ancak farkın anlamlı olmadığı ($p>0.05$) tespit edilmiştir. Oyun oynarken kullanılan cihaza göre dijital oyun bağımlılığı düzeyinin karşılaştırılmasında oyun oynarken akıllı telefonu kullanan öğrenciler ile konsol kullanan öğrenciler arasında ve konsol kullanan öğrenciler lehine; DOB'deki farklılığın oyun oynarken bilgisayarı kullanan öğrenciler ile akıllı telefonu kullanan öğrenciler arasında ve bilgisayar kullanan öğrenciler lehine olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin oynadığı oyun türüne göre dijital oyun bağımlılığında farklılık gözlemlenmiştir. Bu farklılığın sonucunda ise savaş ve strateji oyunları oynayan öğrenciler ile bulmaca ve zekâ oyunu oynayan öğrenciler arasında ve savaş ve strateji oyunları oynayanlar lehine olduğu elde edilmiştir. Elde edilen bu bulgudan da görüleceği üzere savaş ve strateji oyunları oynayanlarda dijital oyun bağımlılığı düzeyi anlamlı şekilde daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Yapılmış olan çalışmada dijital oyun bağımlılığı alt boyutlarından DOOYOÇ, OSTGOYD ve BSGE alt boyutlarından ve genel olarak dijital oyun bağımlılığı ölçeğinden (DOB) erkek öğrencilerin elde ettikleri ortalama puanın kız öğrencilerden anlamlı şekilde yüksek olduğu tespit edilmiştir. Konuyla ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde çalışmamız ile paralel sonuçların elde edildiği görülmektedir. Horzum (2011) tarafından ilköğretim öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen çalışmada erkek öğrencilerin dijital oyun bağımlılığı düzeyinin kız öğrencilerden anlamlı şekilde yüksek olduğu bildirilmiştir. Yine alanyazında yapmış olduğumuz çalışmadan elde edilen sonuçlar ile benzer sonuçların elde edildiği çok sayıda çalışma yer almaktadır (Erboy, 2010; Pala ve Erdem, 2011; Akçay ve Özcebe, 2012; Burak, 2013; Kneer vd., 2014; Taş vd., 2014, Çavuş vd., 2016).

KAYNAKÇA

- Akçay, D. ve Özcebe, H. (2012). Okul Öncesi Eğitim Alan Çocukların ve Ailelerinin Bilgisayar Oyunu Oynama Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi. *Çocuk Dergisi*, 12(2): 66-71
- Aslan, E., ve Yazıcı, A. (2016). Üniversite Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı Ve İlişkili Sosyodemografik Faktörler. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 19(3): 109-117.
- Aydoğdu K. İ. (2015). Dijital Oyunlar ve Dijital Şiddet Farkındalığı: Ebeveyn Ve Çocuklar Üzerinde Yapılan Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(36), 806-818.
- Aziz, A. (2003). Araştırma Yöntemleri Teknikleri ve İletişim. Ankara.
- Aziz, A. (2011). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri. Ankara.
- Balcı, E. V. ve Tiryaki, S. (2018). Sanal Dünya ve Oyun Kültürü. Editörler: Rengim Sine ve Gülşah Sarı. Yeni Medyaya Yaklaşımlar. Konya.
- Burak, Y. (2013). Bilgisayar Oyunlarının İlköğretim Birinci Kademe Öğrencilerinin Saldırganlık Düzeylerine Etkisinin İncelenmesi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yüksek Lisans Tezi)*, Edirne.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı. Ankara.
- Chatfield, T. (2013). Dijital Çağa Nasıl Uyum Sağlarız, (Çev. ve Haz.: L. Konca), İstanbul.
- Çakır, H. (2013). Bilgisayar Oyunlarına İlişkin Ailelerin Yaklaşımı ve Öğrenci Üzerindeki Etkilerin Belirlenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(2), 138-150.
- Çavuş, S., Ayhan, B. ve Tuncer, M. (2016). Bilgisayar Oyunları ve Bağımlılık: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*. Gazi Üniversitesi. Sayı 43, 266.
- Çetinkaya, L., ve Sütçü, S. (2016). Çocukların Gözüyle Ebeveynlerinin Bilişim Teknolojileri Kullanımlarına Yönelik Kısıtlamaları ve Nedenleri. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 7(1), 79-116.
- Dijital Oyunlar Raporu 2019, <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/RjARy.pdf>
- Dinç, M. (2010). İnternet Bağımlılığı, İstanbul.
- Doğruluk, S. (2017). Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ile İnternet Bağımlılıkları Arasındaki İlişki, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yüksek Lisans Tezi)*, Kahramanmaraş.
- Eni, B. (2017). Lise Öğrencilerinin Dijital Oyun Bağımlılığı ve Algıladıkları Ebeveyn Tutumlarının Değerlendirilmesi, *Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yüksek Lisans Tezi)*, İstanbul.
- Erboy, E. (2010). İlköğretim 4. ve 5. Sınıf Öğrencilerinin Bilgisayar Oyun Bağımlılığına Etki Eden Faktörler. *Yüksek Lisans Tezi*, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Erboy, E. ve Akar Vural, R. (2010). İlköğretim 4. ve 5. Sınıf Öğrencilerinin Bilgisayar Oyun Bağımlılığını Etkileyen Faktörler. *Ege Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(1), 39-58
- Frasca, Gonzalo (2001). "Rethinking Agency and Immersion: Video Games as a Means of Consciousness-Raising." SIGGRAPH.

- Gökçearslan, Ş. ve Durakoğlu, A. (2014). Ortaokul Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23, 419-435.
- Griffiths, M. D., Hussain, Z. Ve Williams, G.A. (2015). An Exploratory Study of The Association Between Online Gaming Addiction And Enjoyment Motivations For Playing Massively Multiplayer Online Role-Playing Games. *Computers in Human Behavior*. 50. 221-230.
- Güllü, M., Arslan, C., Dündar, A., ve Murathan, F. (2012). İlköğretim Öğrencilerinin Bilgisayar Oyun Bağımlılıklarının İncelenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9), 89-100.
- Günüç, S. (2009). İnternet Bağımlılık Ölçeğinin Geliştirilmesi Ve Bazı Demografik Değişkenler İle İnternet Bağımlılığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Hazar, M. (2011). "Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması", Gazi Üniversitesi. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi. Bahar 2011. Sayı: 32, 151-176
- Hazar, Z. ve Hazar, M. (2017). Çocuklar İçin Dijital Oyun Bağımlılığı Ölçeği. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 14(1): 203-216, 2017c.
- Horzum, M. B. (2011). İlköğretim Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 36 (159).
- Horzum, M. B., Ayas, T. ve Çakırbalta, Ö. (2008). Çocuklar İçin Bilgisayar Oyun Bağımlılığı Ölçeği. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(30), 76-88.
- <https://npistanbul.com/amatem/bagimlilik-turleri> Erişim Tarihi: 15.12.2019.
- Irmak, A. ve Erdoğan, S. (2016), "Ergen ve Genç Erişkinlerde Dijital Oyun Bağımlılığı: Güncel Bir Bakış", *Türk Psikiyatri Dergisi*, Cilt: 27, Sayı: 2, 128-37.
- Irmak, A. Y. ve Erdoğan, S. (2015). Dijital Oyun Bağımlılığı Ölçeği Türkçe Formunun Geçerliliği ve Güvenilirliği. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 1(16):10-18.
- Irmak, A.Y. (2014). Ortaöğretim Öğrencilerinin Dijital Oyun Oynama Davranışlarının Sağlık Davranışı Etkileşim Modeline Göre İncelenmesi. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- İçel, K. (1998). *Kitle Haberleşme Hukuku*, İstanbul
- İnal, Y. ve Çağıltay, K. (2005). İlköğretim Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Oynama Alışkanlıkları ve Oyun Tercihlerini Etkileyen Faktörler. *Ankara Özel Tevfik Fikret Okulları, Eğitimde Yeni Yönelimler II Eğitimde Oyun Sempozyumu*, 71-74, Ankara.
- Karaaslan, İ. (2015). "Dijital Oyunlar ve Dijital Şiddet Farkındalığı: Ebeveyn ve Çocuklar Üzerinde Yapılan Karşılaştırmalı Bir Analiz", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:36, 808.
- Kars, B. G. (2010). Şiddet İçerikli Bilgisayar Oyunlarının Çocuklarda Saldırganlığa Etkisi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü (Yüksek Lisans Tezi), Ankara
- Kneer, J., Rieger, D., Ivory, J.D. ve Ferguson, C. (2014). Awareness of Risk Factors for Digital Game Addiction: Interviewing Players and Counselors. *Int Journal of Ment Health Addiction* 12(8), 585-599.
- Köksal, A.T. (1997). *İnternet Sizden Korksun*. İstanbul.
- Köroğlu, E. (2001). *Amerikan Psikiyatri Birliği: Psikiyatride Hastalıkların Tanımlanması ve Sınıflandırılması El Kitabı, Yeniden Gözden Geçirilmiş 4. Baskı (DSM-IV-TR)*. (Çev: Köroğlu, E.). Ankara.
- Kuss, D. ve Griffiths, D. M. (2012). Internet Gaming Addiction: A Systematic Review Of Empirical Research. *International J Ment Health*, 10(2): 278-296
- Lemmens, J. S., Valkenburg, P. M. ve Peter, J. (2012). Develop-Ment And Validation Of A Game Addiction Scale For Adolescents. *Media Psychology*, 12(1), 77-95.

Lise Öğrencilerinde Dijital Oyun Bağımlılığı Üzerine Bir Alan Araştırması: Uşak Örneği

- Madran, H. A. D. ve Çakılcı F. E. (2014). Çok Oyunculu Çevrimiçi Video Oyunu Oynayan Bireylerde Video Oyunu Bağımlılığı ve Saldırganlık. *Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 15(2).
- Ögel K. (2014). *İnternet Bağımlılığı*. İstanbul.
- Özkan, Ö. ve Kaya, Ş. Ş. (2015). Bilimsel Makalede “Sınırlılıklar” Neden ve Nasıl Yazılır. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, Cilt 14, Sayı 6, 496-505.
- Pala, F. K. ve Erdem, M. (2011). Dijital Oyun Tercihi ve Oyun Tercih Nedeni ile Cinsiyet, Sınıf Düzeyi ve Öğrenme Stili Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Çalışma. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12 (2), 53-71.
- Palmer, S. (2013). *Zehirlenen Çocukluk*, (Çev. ve Haz.: Özge Çağlar Aksoy), İstanbul.
- Peterson, M. P. (2013). *Cartography And The Internet: Introduction and Research Agenda, Cartographic Perspectives*, (26), 3-12.
- Soper W. B. ve Miller M. J. (1983). *Junk-time Junkies: An Emerging Addiction Among Students, The Sch Couns*, 31: 40-43.
- Şahin, C. ve Tuğrul, V. M. (2012). İlköğretim Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 4(3), 115-130.
- Taş, İ., Eker, H. ve Anlı, G. (2014). Orta Öğretim Öğrencilerinin İnternet ve Oyun Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi. *Online Journal Of Technology Addiction & Cyberbullying*. 2014, 1 (2) , 37-57.
- Taşdemir E. ve Aslan E. (2017). *Sosyal Medya İletişimi*, Ankara.
- Tiryaki, S. (2015). *Sosyal Medya ve Facebook Bağımlılığı*. Konya.
- Tiryaki, S. ve Karakuş, M. (2019). *Sosyal Medya Bağımlıları*. Editörler: Tuba Livberber ve Salih Tiryaki. *Sosyal Medya Çalışmaları*. Konya.
- Yavuzer, H. (2000). *Çocuk Psikolojisi*, İstanbul.
- Yee, N. (2006). “Motivations for Play in Online Games”, *Cyberpsychol Behav* 9:772-775.
- Yılmaz, B. (2008). İlköğretim 6. ve 7. Sınıf Öğrencilerinin Bilgisayara Yönelik Bağımlılık Gösterme Eğilimlerinin Farklı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *6.International Educational Technology Conference*. 6-9 May, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Yılmaz, E., Şahin, Y. L., Haseski, H. İ., ve Erol, O. (2014). Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi: Balıkesir İli Örneği. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 133-144.
- Yılmaz, M. B. (2019). Bilgisayar Oyunlarındaki Şiddet Ögesinin Üniversite Öğrencilerinin Tutumlarına Yönelik Etkisi: İnönü Üniversitesi Örneği. *Selçuk İletişim*, 2019, 12 (2): 604-629.
- Young, K. S. (2004). *Internet Addiction: A New Clinical Phenomenon and Its Consequences*. *The American Behavioral Scientist*, 48 (1), 402-441.



Sosyal Medyada Black Friday Reklamlarının Görünürlüğü Üzerine Bir Analiz: Hepsiburada ve Trendyol Örnekleri

An Analysis on the Visibility of Black Friday Ads on Social Media: Hepsiburada and Trendyol Examples

Kadriye ONBAŞ¹

¹Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Giresun, Türkiye

ORCID:

K.O.: 0000-0001-8491-3445

Corresponding Author:

Kadriye ONBAŞ

Email:

kadriyeonbas@hotmail.com

Citation: Onbaş, K. (2020). Sosyal medyada black friday reklamlarının görünürlüğü üzerine bir analiz: Hepsiburada ve Trendyol örnekleri. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 568-586.

Submitted: 15.04.2020

Accepted: 15.06.2020

Özet

Tüketim olgusu, toplumlar da satın alma eyleminin bilinçli veya bilinçsiz şekilde gerçekleşmesiyle günden güne artmaktadır. Bireyler, kültür endüstrisi ürünleri vasıtasıyla maruz kaldıkları reklamlar aracılığıyla tüketme eylemine güdülenmektedir. Reklamlar, sundukları temsiller ve söylemler ile tüketicide ilgi uyandırmakta ve onları tüketme davranışında bulunmaya itmektir. Öyle ki toplumlar, bireylerin ihtiyacı olmayan ürünleri şuur suzca satın alma pratiklerine sahip olduğu bir tüketim toplumu haline dönüşmektedir. Türkiye’de kasım ayının son haftasına denk gelen “Black Friday” dönemi bir alışveriş sezonu haline dönüşmüştür. Bu kapsamda çalışmada Türkiye’de en fazla ziyaretçi sayısına sahip e-ticaret sitelerinden Hepsiburada ve Trendyol’un bu dönemde yaptıkları sosyal medya paylaşımları içerik analizine tabi tutulmuştur. Ayrıca Black Friday döneminde Türkiye’de gerçekleştirilen toplam satış miktarları ve harcama miktarları geçmiş istatistiklerle kıyaslanarak değerlendirilmiştir. Bu çalışma, alandaki çalışmaların sınırlı olduğu literatüre, Black Friday ve tüketim kültürü ilişkisini iki markanın kampanyalarını içerik analizini yapması ve Türkiye’de Black Friday dönemindeki satış istatistiklerini incelemesi bakımından anlamlı katkılar sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Black Friday, Reklam, Satış, İçerik Stratejileri

Abstract

The phenomenon of consumption is increasing day by day, with the act of buying consciously or unconsciously in societies. Individuals are motivated to consume by means of the advertisements they are exposed to through the products of the culture industry. Ads, with their representations and discourses, arouse interest in the consumer and compel them to consume. Societies become a consumer society where individuals have the practices of purchasing products that they do not need. The “Black Friday” period, which coincides with the last week of November in Turkey, has become a shopping season. In this context, content analysis of the e-commerce sites Hepsiburada and Trendyol’s social media shares, which had the highest number of visitors in Turkey, were analyzed. In addition, the total sales and expenditure amounts realized in Turkey during the Black Friday period were evaluated by comparing historical statistics. This study will make significant contributions to the literature, where studies in the field are limited, in terms of analyzing the content of the campaigns of the two brands on Black Friday and their

1. GİRİŞ

Toplumların sanayi toplumlarından modern toplumlara evrilmesiyle beraber özellikle 1950'lerden sonra iletişim teknolojilerinde önemli gelişmeler yaşanmıştır. Yeni iletişim teknolojisi araçları ile kitlelere ulaşmak kolaylaşmış, tüketim kültürünün ortaya çıkışı hız kazanmıştır. Kitlelere modern dünyanın kültürlerini yansıtan, aynı zamanda toplumun her alanına etki eden kitle iletişim araçları, kitlelerin ihtiyaçlarını yaratarak onları aktif tüketiciler haline getirmekte ve tüketici kararlarının yönlendirilmesinde başat rol oynamaktadır (Uztuğ, 2003: 94). Kitle iletişim araçlarının her mecrasında reklamlara maruz kalan kitlelerde böylelikle satın alma eğilimi artmaktadır.

Özellikle bu modern sonrası dönemde tüketim artık bir hayat tarzı haline gelmiştir. Tüketmenin iyi bir şey olduğu ve tüketicilerin daha fazla tüketmeye yönlendirildiği bir dönem yaşanmaktadır. Kapitalist güçlerin çıkarları bu tüketim ağı içerisinde kitle iletişim araçları aracılığıyla bireylerin zihinlerini yönlendirilmektedir (Hayta, 2014: 9). Kitle iletişim araçları aracılığıyla tüketicilerde tüketime yönelik sürekli artan isteğin oluşması sağlanmaktadır (Ritzer, 2011: 52). Bireyler bu mecraların etkisiyle yalnızca bilinçli olarak değil şuursuz bir biçimde tüketimde bulunmaktadır.

Kitleler üzerinde tüketim ihtiyacının oluşmasını ve kitlelerin eyleme geçmesini amaçlayan markalar, farklı kanallar vasıtasıyla onlara ulaşmaktadır. Kitle iletişim araçlarında sıkça yer alan reklamlar, tüketicilere görsel ve işitsel birçok mesaj iletmektedir (Odabaşı, 2017: 46). Reklamlar ve reklamlarda yer alan temsiller, tüketicilerde tüketim ihtiyacı oluşturulmakta ve kitleler satın alma davranışına güdülenmektedir. Reklamlar aynı zamanda tüketicilerde yapay gereksinimlerin de oluşmasına sebep olarak tüketicilerin şuursuz biçimde alışveriş yapmalarına sebep olmaktadır. Bunun farkında olan markalar, tüketicilere ulaşmak için reklamları televizyon, gazete, dergi ve son zamanlarda popülerliği bir hayli artmış olan sosyal medya gibi bütün mecralarda kullanmaktadır.

Ülkemizde son birkaç yıldır alışveriş dönemi haline gelmiş olan "Black Friday" haftasında markalar, çok fazla reklam ve içerik üretmektedir. Dev markalar ve e-ticaret siteleri bu dönemde kampanyalarını yoğunlaştırmakta ve hedef kitlelere ulaşmak için kitle iletişim teknolojisinin bütün mecralarını kullanmaktadır. Kitleler, bu yoğun kampanya döneminde birçok markanın reklamlarına maruz kalmaktadır. Markaların güçlü satış stratejileri ile kitleler, tüketim döngüsüne dâhil olmaktadır. Türkiye'de Black Friday döneminin bilinirliğinin artmasıyla ve kampanyaların markalar tarafından başarılı bir şekilde uygulanmasıyla tüketim çılgınlığı her geçen yıl artmaktadır.

Literatürde sınırlı sayıda çalışmanın yer alması alana katkı yapılmasını zorunlu hale getirmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmada, tüketim çılgınlığının yaşandığı Black Friday döneminde en fazla içerik üreten ve uygulamalarında en fazla kullanıcı sayısına sahip iki e-ticaret sitesi olan Hepsiburada ve Trendyol'un sosyal medya reklamları içerik analiziyle incelenecektir. Adı geçen e-ticaret sitelerinin Black Friday döneminde gerçekleştirildikleri satışlar ile önceki yıllardaki satışları kıyaslanacak ve tüketim çılgınlığının boyutu güncel istatistikler ile değerlendirilecektir. Ayrıca bu dönemdeki kampanyaların iki e-ticaret sitesinin uygulamalarındaki kullanıcı sayısını etkileyip etkilemediği de incelenecektir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Literatüre bakıldığında tüketim ve Black Friday ilişkisini inceleyen çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Black Friday kavramı alana yeni girmiş bir kavramdır ve bu sebeple çalışmalar son yıllarda gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Yurtdışında yapılan araştırmalar, ülkemizdeki araştırma sayısına göre daha fazla olup genellikle Black Friday ve tüketici davranışları üzerine çalışmaların gerçekleştirildiği görülmektedir (Simpson vd., 2011; Thomas ve Peters, 2011; Swilley ve Goldsmith, 2013; Kwon ve Brinthaup, 2015). Ülkemizde ise Black Friday ve tüketim ilişkisini inceleyen yalnızca birkaç çalışma yer almaktadır (Çetinkaya ve Ceng, 2018; Yıldız, 2019; Dağtaş ve Yıldırım, 2018).

Türkiye’de Black Friday ile ilgili yapılmış son çalışmalardan biri; Çetinkaya ve Ceng’in (2018) çalışmasıdır. “Türkiye’deki Black Friday Etkinliğinin Tüketici Sinizmi Bağlamında Bir Değerlendirmesi” isimli araştırmada Black Friday ile tüketici memnuniyetsizliği arasında bir bağ kurulmuş ve Twitter’da Black Friday döneminde markaların indirimleri ve bu alışveriş dönemiyle ilgili yer alan yorumlar müşteri memnuniyeti bağlamında değerlendirilmiştir. Değerlendirmeler sonucunda tüketicilerin çoğunlukla markalara güvenmedikleri ve şüphe duydukları için bu güne ilişkin görüşlerini sosyal medya ortamında olumsuz olarak dile getirdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Yine 2018 yılında gerçekleştirilmiş olan Dağtaş ve Yıldırım’ın “Kültürel Emperyalizm Çerçevesinde Tüketim Pratiklerinin Türkiye Basınındaki Yansımalarının Çözümlemesi: 24 Kasım 2017 “Kara Cuma” Örneği” isimli araştırmalarında kültürel emperyalizm ekseninde 24 Kasım 2017 tarihinde ABD kökenli “Black Friday” (“Kara Cuma”) adı altında düzenlenen tüketim pratiklerinin Türkiye’deki yansımaları seçilen gazeteler üzerinden çözümlenmiştir. Metin çözümlemesinin yapıldığı çalışmada, Türkiye basınına temsilen farklı ideolojik referanslara sahip altı farklı gazetenin internet sitelerindeki haberler çözümlenmiştir. Hürriyet ve Vatan liberal/merkez sağ basını, Yeni Akit ve Yeni Şafak muhafazakâr sağ basını, BirGün ve Evrensel gazeteleri ise sosyalist sol basını temsilen seçilmişlerdir. Bulgular kısmında ise, farklı ideolojilere sahip altı gazete ideolojileriyle bağlantılı olarak değerlendirilmiştir.

Kültürün Black Friday dönemine etkisinin incelendiği Yıldız’ın (2019) “Kültürel Özelliklerin Dilsel Yerelleşmeye Etkisi: 'Black Friday' Örneği” isimli çalışmada Türk kültürünün yurtdışında “Kara Cuma” olarak isimlendirilen bu alışveriş dönemine olan etkisi irdelenmiş ve Türkiye’de üretilen 11 alternatif isim değerlendirilmiştir. Araştırma, sosyo-kültürel faktörlerin toplumların dilsel kullanımlarına etkisinin incelendiği, alanında yapılmış son çalışmalardan biridir.

Bu çalışma, alandaki çalışmaların sınırlı olduğu literatüre, Black Friday ve tüketim kültürü ilişkisini iki markanın reklamlarının içerik ve söylem analizini yapması ve iki markanın satış istatistiklerini karşılaştırmalı biçimde incelemesi bakımından anlamlı katkılar sağlayacaktır.

2.1. Tüketim Kavramı

Modern topluma geçişle birlikte bireyler tüketim ile hiç olmadıkları kadar meşgul olur hale gelmiştir. Hem iletişim teknolojilerdeki hem de toplumsal hayattaki gelişmeler ile tüketme eylemi, bireylerin en büyük eyleminin tüketmek olmasına sebep olmuştur. Tüketmenin temel eylem olduğu kapitalist toplumlarda bireyler artık tüketerek var olabileceklerine inanır olmuştur. Bu doğrultuda tüketim, tüketici ve tüketim toplumu gibi temel kavramların günümüz toplumu için çok fazla önem arz ettiği göz önünde bulundurularak bu kavramların tanımları ve hangi süreçlerden geçerek ortaya çıktıklarının irdelenmesi önem kazanmıştır.

Modern öncesi dönemde, bireyler yalnızca iş gücü olan canlılar olarak konumlandırılmıştır. İşçiler yalnızca üretmekten sorumlu olmuş ve işten kalan boş zamanlarında tüketmek akıllarına gelen bir eylem olmamıştır. Modernleşme ile birlikte kapitalist düzenin yaygınlaşmasıyla

kapitalist güçler bireylerin tüketiciler haline gelmesinin kendileri için yararlı olacağını anlamış ve bireyler üretici konumundan tüketici konumuna gelmeye başlamıştır (Senemoğlu, 2017: 66). Tüketici konumunda bulunan bireyler için tüketmek, temel amaçlardan biri haline gelmiştir.

İnsanların önemli bir kısmı, bir gün içerisinde ürettiğinden fazlasını tüketir duruma gelmiştir. Burada geçen “tüketim” kelimesi, malların ve hizmetlerin ihtiyaçlara göre kullanılması anlamına gelen “tüketim” kavramı ile bağlantılıdır. İnsan, ürettiklerinden daha fazlasını tüketmektedir. Bu süreç, belli bir döngü içerisinde gerçekleşmekte ve herhangi bir insan kendisini sadece tüketimin değil aynı zamanda üretimin de bir parçası olarak kabul etmektedir (Göker ve Alpman, 2011: 113). Üretimin ve tüketimin art arda gerçekleşmesi ile bu döngü bir sirkülasyon halinde devam etmektedir.

Marx’a göre tüketimin iki temel özelliği bulunmaktadır. Bu özellikler nesnel ve öznel olarak ayrılmaktadır; çocuk dünyaya getiren bir kadın hayat enerjisini tüketme, üretimde bulunan kişi yeteneklerini geliştirmekte ve bu yetenekleri de üretim eylemi sırasında tüketmektedir. Aynı zamanda da bireyin kullandığı üretim araçları da kullanılmaktadır. Marx, tüketimin aynı zamanda üretim olduğunu ifade etmekte, üretimin tüketimle tüketimin de üretimle belirlendiğini vurgulamaktadır (Marx, 1970: 255). Üretim ve tüketimin birbirine eklenildiği toplumda bireyler, iki sürecin de parçası olmuştur.

Tüketim kavramının ne olduğuyla ilgili literatürde birçok tanım yer almaktadır. Tüketim maddi bir kavram olarak algılanmakla birlikte aynı zamanda manevi bir yöne de sahiptir. Bireylerin sahip olduğu sosyo-kültürel ve maddi olmayan bütün öğeler tüketime hazır hale getirilmektedir. Tüketim, kısaca yok etmek anlamına gelmektedir. Maddi olarak para karşılığında bir ürüne sahip olmak soyut anlamda ise manevi değerlerin tüketilmesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketici ise, tüketimde bulunan, satın alma kararını veren kişidir (Coşgun, 2012: 844). Aynı zamanda neyin temel neyin yapay gereksinim olduğuna da yine kendisi kara verir.

Baudrillard’a göre tüketim, bir söylemdir. Tüketim çağdaş toplumun kendisiyle konuşma tarzıdır (2004: 254). Ayrıca Baudrillard, tüketimin bir sistem olduğu ile ilgili şunu söylemektedir: “Tüketim göstergelerin düzenlenmesini ve grubun bütünleşmesini güvence altına alan bir sistemdir. Dolayısıyla tüketim hem bir ahlak hem de bir iletişim sistemi ve bir değiş tokuş yapısıdır” (2004: 91).

Tüketim genellikle bireysel ihtiyaçların karşılanması hususunda bireyin kendi özel alanında özgür olduğu şeklinde ifade edilse de Baudrillard, tüketim olgusunun toplumsal ve ahlaki faktörlerle çevrili olduğunu belirtmektedir. Ona göre tüketim; etkin ve toplumsal bir davranış olmakla beraber tam olarak bir toplumsal değerler sistemi içerisinde bütünleşen bir terim, toplumsal değerler sistemidir (Baudrillard, 2017: 95). Tüketim, toplumsal değerler ile sentezlenen bir süreç olarak işlemektedir.

Odabaşı’na (2017: 4) göre ise tüketim; “belirli bir ihtiyacımızı tatmin etmek için bir ürünü ya da hizmeti edinme, sahiplenme, kullanma ya da yok etmedir.” Tüketim tanımında vurgulanan en başat faktör, gereksinimlerin karşılanmasıdır (Köroğlu, 2012: 16). Tüketme terimi, tahrip etmek ve israf etmek anlamlarına gelmekte, tüketim kavramı da aynı şekilde benzer anlamları taşımaktadır. (Featherstone, 1996: 49). Tüketim olgusu yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda gösterge, sembol ve işaretleri de içeren sosyal ve kültürel bir olgudur (Bocock, 1997: 13). Bütün toplumsal faktörleri içeren bir sistem olan tüketim, günümüz modern toplumlarının tüketim toplumlarına evrilmesinde önemli bir role sahiptir.

2.2. Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü Üzerine

Günümüz toplumlarını ve içinde bulunulan toplumsal düzeni ifade etmek için alan yazında birçok tanımlama mevcuttur. Bazı araştırmacılar bu dönemi, medya ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile enformasyon ve bilgi çağı olarak nitelendirilmektedir. Kimileri ise, modernliğin ilerisine giderek toplumları postmodern toplumlar olarak ifade etmekte, diğer bir tanımlama da ise, iletişim teknolojileri ile küresel bir köye dönüşen toplumlar küreselleşme toplumu olarak ifade edilmektedir. Bu tanımlamalar haricinde, günümüz toplumlarında, bireylerin tüketim yoluyla denetim altında tutulduğu, tüketim olgusunun yaşamın tüm alanında aktif bir rol oynadığı ve neredeyse tüm dünyada egemen olmuş olan tüketim toplumu kavramı ortaya çıkmıştır (Tükel, 2014: 8). Baudrillard ise, *Tüketim Toplumu* (2004) isimli eserinde tüketimin semboller ve göstergelerin tüketimi olduğunu, modern toplumların bu tüketim kültürü ile yaşadıklarını ve bu sebeple yaşanan toplumun “*tüketim toplumu*” olarak adlandırılabilceğini belirtmektedir.

Toplumların Sanayi Devriminden sonra moderniteye geçişiyle beraber refah bir yaşam tarzı ortaya çıkmıştır. Bu refah toplumu tüketimin bir yaşam tarzı olarak benimsenmesine, meta fetişizminin yükselmesine sebep olmuş, tüketimin yüceltildiği büyümlü ve gösterişli tüketim toplumlarının oluşmasına zemin hazırlamıştır (Tükel, 2014: 8). Refah toplumundaki bireyler, artık kendilerini düşünmek yerine başkalarının ne düşündüğüne odaklanarak gösterişe dayalı tüketimi benimser hale gelmiştir.

Tüketim toplumu kavramı, toplumların maddi üretimden ziyade malların ve boş zamanın tüketimi ile “tüketim” etrafında örgütlenmeyi ifade etmektedir. Özellikle yirminci yüzyılda meydana gelen birtakım sosyolojik gelişmeler tüketim toplumu kavramı ile iç içe geçmiştir. Bu gelişmeler; gittikçe artan zenginlik, burjuvalaşma, kitlesel bir popüler kültürün ortaya çıkışı, özel hayata çekilme isteği, tüketim sektörlerinin meydana gelmesi ve bireyciliğin artmasıdır (Marshall, 1999: 768). Bu bağlamda, tüketim toplumunun kapitalist eksende oluştuğu ve kapitalizm ile geliştiği görülmektedir (Bayhan, 2011: 223). Bireylerin tüketici konumuna gelmeleri, kapitalist güçlerin çıkarına hizmet etmekte ve sermaye sahipleri bu doğrultuda tüketicinin ilgisini çekecek her türlü ürünü onlara sunmaktadır.

Tüketim toplumu, bir bolluk toplumu olarak tanımlanabilmektedir. Bolluk yüceltilmekte, insanlar için yeni ve yapay gereksinimler oluşturulmakta ve bu ihtiyaçların giderilebilmesi için reklâm ve moda gibi tüketimi özendirilen kalıplarla kitleler tüketime yönlendirilmektedir (Koroğlu, 2012: 36). Yukarıda da bahsedildiği gibi, tüketimin sermaye sahiplerinin çıkarına olması sebebiyle kitleler, kitle iletişim araçlarının kullanılması gibi alternatif yollar ile tüketime özendirilmektedir.

Tüketim toplumunun var olabilmesi için nesnelere yani nesnelere yok edilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yok etme, üretimin yerine geçmekte ve tüketim, üretimle yok etme arasında bir yerde konumlanmaktadır. Tüketmede var olan yok etme eğilimi, tüketimin anlam kazandığı ana noktalardan biridir. Nesnelere yok edilmesi ister şiddetli veya simgesel, ister sistematik veya kuramsal biçimde olsun tüketim toplumunun temel işlevlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Baudrillard, 1998: 45). Nesnelere tüketen bireyler, yeni nesnelere satın alınmasına ihtiyaç duymakta, böylelikle yeniden tüketim döngüsünün içerisine girmektedir.

Modern toplumlarda tüketim, bireyler için bir çalışma sebebi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireylerin tüketici konumuna geldiği bu dönemde, çoğu nesne de satın alınabilir hale gelmiştir. Kolaylık, rahatlık, moda ve yenilikçi olma gibi soyut olgular dahi satın alınabilecek birer *metaya* dönüşmüştür. Bu olgular, reklamlar aracılığıyla kitlelere aktarılmış ve reklamları ile toplumların odak noktası tüketim haline gelmiş, reklamlar toplumların tüketim toplumlarına dönüşmesine katkı sağlamıştır. (Odabaşı, 2017: 37). Reklamlar, soyut ve somut bütün olguların satın alınabilir bir meta haline gelmesini sağlayan medya araçları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu tüketim toplumunda ürünlerin mağazalarda veya kitle iletişim araçlarında kitlelere nasıl sunulduğu da önem arz etmektedir. Nesnelere, kitlelere belli bir düzen içinde sunulmaktadır. Tüketici tek bir ürüne değil bütünselliğe odaklanarak diğer ürünlere de yönelmektedir. Bu durum, mağazalarda bir ürünün tamamlayıcı ürünlerle birlikte sunulması şeklinde tüketicilerin karşısına sıklıkla çıkmaktadır. Örneğin; bir buzdolabı almak isteyen müşteri, mağazanın önünden geçerken bütün beyaz eşyaların birlikte sunumuyla karşılaşmaktadır. Ürünlerin bu şekilde sunumu bir ürünün tek başına ifade ettiği anlamdan daha etkili bir anlama sahip olmaktadır (Baudrillard, 2018: 18). Kültür endüstrisi ürünlerinde de bu durum geçerli olmakta ve ürünler birbirlerine benzer ve uyumlu bir şekilde düzenlenmektedir (Adorno, 2018: 240). Tüketicinin dikkatini tek bir temada toplamak ve bu sayede satın almanın gerçekleşmesini sağlamak kültür endüstrisinin en temel işlevlerinden biridir.

Kitle iletişim araçlarından kitlelere aktarılan içerikler genellikle belli bir düzen içinde sunulmaktadır. Televizyon, radyo, yazılı ve görsel basında iletiler belli bir bütünlük içerisinde gösterilmektedir. Kitle iletişim araçlarında yer alan içerikler, sıralı bir şekilde sunularak tüketicilerin tüketim ağı içerisindeki bütüncül anlamdan kopmaları engellenmektedir (Baudrillard, 2018: 153). Anlamın içinde hapsolan tüketiciler, bu sıralı mesajların etkisiyle kendilerini tüketimde bulunmak zorunda hissetmektedir.

Tüketim kültürü kavramına bakıldığında ise, Bauman, (1999: 83) bu kavramı; metaların mübadele değerinin ortadan kalkması, malların "fayda işlevi" yerine "gösterge işlevi"nin ön plana çıkması olarak tanımlamaktadır. Tüketim kültürü modern sonrası toplumlarda bir yaşam tarzını ifade etmektedir (Tükel, 2014: 5). Öyle ki, tüketim artık yalnızca temel değil yapay gereksinimlerin de tatminine dayalı bir yaşam tarzı haline almıştır.

Tüketim kültürü kavramı; tüketimin gerçekleşmesi için bireyin harekete geçmesi gerektiğini gerçeğine dayanmaktadır. Bu harekete geçme ile ifade edilen; bireylerin farklı amaçlar uğruna tüketimde bulunmalarını içermektedir (Odabaşı, 2017: 40-44). Günümüz toplumunda tüketim kültürü, tüketim ürünlerinin kullanımından ziyade, toplumsal statüyü ve kimliği tanımlama şekli olarak önem kazanmaktadır. (Tükel, 2014: 6). Satın aldıkları ürünlerin kendilerine statü kazandırdığına inanan bireyler, bu sayede toplumsal kimliklerinin oluşumuna katkıda bulduklarını düşünmektedir.

Hedef kitlede tüketim isteğinin oluşmasını amaçlayan kapitalist güçler, kültür endüstrinin farklı ürünleri aracılığıyla hedeflerine ulaşmaktadır. Tüketim kültürü; semboller, imgeler, görseller ve işaretler aracılığıyla süreklilik kazanmaktadır. Reklamlar, ambalajlar ve mağazada gösterilen bazı ürünler ile insanlar, görsel ve işitsel birçok mesaja maruz bırakılmaktadır. Tüketicileri tüketme eyleminde bulunmaya yönelik birçok anlama sahip bu mesajlar, bireylerin kimliklerinin ve statülerinin oluşmasında da etkin rol oynamaktadır. Tüketiciler, satın aldıkları ürünler aracılığıyla statü kazanmayı amaçlamaktadır. Bu anlamda tüketim kültürü; insanların kimlik ve statülerinin belirlenmesinde önemli rol oynayan etkin bir faktör olmaktadır (Odabaşı, 2017: 44-46). Statü kazanmanın toplumsal ilişkilerde bireyler için çok fazla önem arz etmesi, tüketimi de bu doğrultuda önemli kılmaktadır.

Toplumsal gelişme ile beraber tüketim kültüründe tüketme biçimleri, sosyo-kültürel faktörlerden ziyade daha çok ekonomiyle ilintili olarak belirlenmektedir. Fakat tüketim toplumlarında insanlar, izledikleri film, okudukları gazete ve dergi gibi kültür endüstrisi ürünlerinin etkisiyle gördükleri şeye sahip olma arzusu yaşamaktadırlar. Bu durum, tüketimin sadece gereksinimlere göre değil, arzulara göre de gerçekleşmesine neden olmaktadır. Kitleleri kolayca etki altına alabilen bu araçlar, gelişmişlik düzeyine bağlı olmaksızın her bireyde tüketim arzusunun oluşmasını sağlamaktadır (Uztuğ, 2003: 93). Tüketicilerin duygularına seslenen bu

mecralar ve ürünler, kitleleri harekete geçirmede kapitalist güçlerin kullandığı en etkin yöntemlerdendir.

Modernleşme ile birlikte özellikle yirminci yüzyılın ikinci yarısında üretim ve iletişim teknolojilerinde önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bu gelişmeler tüketim kültürü kavramının oluşmasında ve gelişmesinde etkili olmuştur. Modern dünyanın kültürel yapısını kitlelere ileten kitle iletişim araçları, tüketici ihtiyaçlarının yaratılmasında ve tüketim kültürünün oluşmasında önemli rollere sahiptir. Tüketicinin hayatının her alanında var olan kitle iletişim araçları, tüketicilerin gereksinimlerini ve satın alma kararlarını yönlendiren bir işleve sahiptir (Uztuğ, 2003: 94). Bireylerin hayatlarının her alanına nüfuz eden kitle iletişim araçları, tüketim toplumlarının var olmasında başat rol oynayan faktörlerden biridir.

Kitle iletişim araçlarının etkisinde kalan kitleler için çoğu şey artık temel gereksinim haline getirilmiştir. Üretilen her yeni ürün için “daha iyi” vurgusu yapılmakta, bu ürüne sahip olan bireylerin diğer kişilerden daha üstün oldukları vurgulanmakta ve ürüne sahip olmayanlar geride kalanlar olarak konumlandırılmaktadır. Kısaca; yeni ürünleri ve modayı takip eden bireyler “in” olurken, tutumluluk, elindekiyle mutlu olma ve kanaatkâr olmak gibi değerler, “out” halini almıştır (Köroğlu, 2012: 19). Günümüz tüketim toplumlarında tüketimde bulunmak moda haline gelen bir olgu olmuştur.

2.3. Tüketim ve Reklam İlişkisi

Reklâm, reklâmı yapılan ürün veya markayla tüketicinin buluştuğu, tüketici ile iletişimin sağlandığı ortamlardan biridir. Reklamda amaçlanan tüketicinin tutumunda değişiklik oluşturabilmek için ürün ve markanın olumlu yönlerini tüketicilere aktarmak ve tüketiciyi satın alma davranışında bulunmaya ikna edecek mesajları aktarmaktır. Reklâm mesajlarında çoğunluklu satış amacı bulunmaktadır. Reklâmlarda gösterilen ürün veya markayla ilgili olumlu mesajlar verilerek tüketicide ihtiyaç yaratmak ve onu tüketime yönlendirmek reklamın başlıca işlevleri arasındadır (Elden vd., 2015: 61- 62). Reklamın markaya ve ürüne yönelik sürekli hatırlatma yapması, kitlelerde tüketim ihtiyacını hızlı bir biçimde oluşturmaktadır.

Pazarlamanın temel unsurlarından olan reklam, belirli ücret karşılığında kitle iletişim araçlarından yer ve zaman satın alınarak hedef kitleyi bilgilendirmek ve ikna etme üzere oluşturulmuş mesajlardan oluşmaktadır (Karaoğlu, 2018: 5). Tüketim kültürünün vazgeçilmez bir parçası olan reklamlar, ürünle ilgili olumlu imajlar oluşmasına da yardımcı olmaktadır (Ergüven, 2012: 117). Temel amacın ürünü satmak olduğu reklamlarda ürünün veya markanın olumlu özellikleri devamlı ve sistematik bir biçimde kitlelere aktarılarak ilginin de o paralelde artması beklenmektedir.

Reklamlar, tüketim toplumunun oluşmasına önemli etkenlerden biridir ve hala günümüz toplumlarında tüketicileri tüketime yönlendirmede etkin bir araç olarak kullanılmaktadır. Reklam kitlelere statü, kimlik, sınıf atlama gibi soyut değerler sunarak onları tüketimde bulunmaları konusunda cesaretlendirmektedir. Kitleler, popüler kültürün onlara dayattığı mallara sahip olarak bu soylu değerlere sahip olmayı amaç haline getirmektedir. Bu reklamlar aracılığıyla tüketim toplumları varlıklarını sürdürmekte ve tüketme isteği kitlelerde ana amaç haline getirilmektedir (Yavuz, 2017: 236).

Markalar, iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelere ayak uydurabilmek adına tüketicilerin hafızalarında yer edinebilmek için birçok farklı strateji uygulamaktadır (İnce ve Uygurtürk, 2019: 224). Televizyon, radyo, gazete ve dergi gibi medya araçlarının yanı sıra markaların en önemli farklılaşma kanallarından biri de sosyal medyadır. Günümüz dünyasında yeni medyanın, özellikle de sosyal medyanın kitleleri harekete geçirme eğilimi çok yüksektir. Her yaş grubuna farklı platformlar aracılığıyla ulaşılabilen üreticiler için sosyal medya, markaların kampanyalarının

vazgeçilmez mecrası haline gelmiştir. Sosyal medya platformlarının kullanıcı sayısının gün geçtikçe artması, içeriğin anlık olarak hedef kitleye ulaşabilir olması gibi etkenler bu platformları reklam verenler için cazip hale getirmektedir. Kapitalist güçlerin temel amacı; tüketicilerin satın alma eyleminde bulunmasını sağlamaktır. Bu amaç doğrultusunda, adı geçen mecralarda reklamlar yoluyla kitleler harekete geçirilmeye çalışılmaktadır.

Tüketimin hayatımızda bu kadar etkin rol oynamasında etkili olan neden; tüketimin hayata ilişkin anlayış ve düşüncenin merkezine konulmasıdır. Bu merkezde yer alma, zamanla ihtiyaç olmayan şeylerin dahi ihtiyaç haline getirilmesine ve yeni yapay gereksinimlerin meydana gelmesine sebep olmaktadır. Bu sürecin oluşmasında en büyük pay reklamlara aittir. Reklam, ürünlerin pazarlanmasına yardımcı olmakta ve tüketimin bir gösteriş haline gelmesine sebep olmaktadır (Hatipler, 2017: 40). Reklamların günümüzde tüketicileri yönlendirmede etkili bir yöntem olduğunu bilen markalar ise, Black Friday gibi alışveriş çılgınlığının yaşandığı alışveriş döneminde birçok reklam üretmektedir. Satışların her yıl arttığı bu dönemde reklamlar, tüketicilere her şeyin çok ucuz olduğunu, markaların hatırı sayılır derecede indirim yaptığını söyleyerek markaların satışlarını arttırmasına yardımcı olmaktadır.

2.4. Bir Alışveriş Çılgınlığı “Black Friday”

Amerika’da Şükran Gününden sonraki ilk Cuma olarak bilinen Black Friday, Amerikan satış endüstrileri tarafından Noel tatil alışveriş sezonunun başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Cuma günü resmi olarak tatil olmamakla birlikte birçok işçinin o gün çalışmaması potansiyel müşteri sayısının artmasına neden olmaktadır (Simpson vd., 2011: 1). 1932 yılından itibaren Noel alışveriş sezonunun başlangıcı sayılan bu günde mağazalar çok erken saatlerde açılmakta, geç saatlerde kapanmakta ve markalar indirimli ürünlerini satışa sunmaktadır. Tarihte ilk kez 1961 yılında adından söze ettiren Black Friday, o gün yaşanan yoğun trafik sebebiyle bu isimle anılmaya başlamıştır (www.haberturk.com).

Dünya çapında bir alışveriş geleneği haline gelmiş Black Friday, ülkemizde de Kasım ayının son cumasında markalar ile tüketicileri buluşturmaktadır. Yoğun reklam kampanyalarının gerçekleştiği bu alışveriş döneminde markalar kitle iletişim araçlarının bütün mecralarını kullanarak tüketicilere ulaşmaktadır. Black Friday döneminde gerçekleştirilen satışların her yıl arttığı ülkemizde tüketicilerin alışveriş yapmak için bu dönemi bekledikleri görülmektedir.

Toplumların dilsel kullanımları sosyo-kültürel faktörlere göre şekillenmektedir. Bunun en yakın örneği, “Black Friday” döneminde gerçekleşmiştir. İslam dininde önemli bir yere sahip olan Cuma gününün matem anlamı taşıyan siyah (kara) kelimesiyle bir arada anılması, Türk toplumunda kabul görmemesi ve ticari kaygılar sebebiyle birçok alternatif kavramın üretilmesine sebep olmuştur (Yıldız, 2019: 75). Öyle ki bu dönemde Türkiye’de birçok marka, kampanya isimlerini Türk kültürüne daha uygun hale getirmeye çabalamıştır.

Bazı markalar bu kampanya döneminde yalnızca ilk kelimeyi değiştirerek kampanya üretmiştir. Bu markalar ve kampanya isimleri şu şekildedir: Bereketli Cuma (Tommy Life), Efsane Cuma (Kahve Dünyası, Beko, Hepsi Burada, Watsons, FLO, Altıncı Cadde), Muhteşem Cuma (LCW), Süper Cuma (Gitti Gidiyor), Şahane Cuma (Media market, D&R, Boyner) Şanslı Cuma (Flormar). Her iki sözcüğü de değiştirmeyi tercih eden Gratis ise “Mor Perşembe” ismiyle kampanya yürütmüştür (Yıldız, 2019: 74-75). Çalışma kapsamında analiz edilecek olan e-ticaret siteleri de bu dönem için alternatif isimler kullanmayı tercih etmişlerdir. Trendyol bu dönem için; “Efsane Günler”, Hepsiburada ise “Efsane Cuma” sloganlarıyla içerikler üretmiştir.

3. YÖNTEM

Çalışmada ilgili iki e-ticaret sitesinin Black Friday döneminde ürettikleri sosyal medya kampanyaları içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu kapsamda analiz edilecek olan sosyal medya platformları; Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube olarak belirlenmiştir. Markaların 18-29 Kasım tarihleri arasında yaptıkları paylaşımlar değerlendirmeye alınmıştır.

İçerik analizi; nitel araştırmalarda çok sık kullanılan, birbirine benzeyen verileri ilişkili temalar ve kavramlar çerçevesinde bir araya getirerek bu verileri okuyucuların anlayabileceği şekilde yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 1999: 162). Temel amaç, ilişkili kavramların toplanarak analiz edilmesi ve belirli temalar halinde okuyuculara sunulmasıdır. Kavramlar bir araya getirilip analiz edildikten sonra mevcut temalar oluşmakta ve bulgular bu temalara uygun biçimde organize edilebilmektedir.

İçerik analizinde verilerin işlenmesi ve okuyucuya sunulması kapsamında dört aşama vardır. Bu aşamalar; verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların analiz edilmesi ve bulguların tanımlanması ve yorumlanmasıdır. Bu aşamaların her zaman birbirinden ayrı bir biçimde gerçekleşmesi mümkün olmayabilir. İlk iki aşamada verilerin kodlanması ve temaları bulunması birlikte gerçekleşebilir. Son iki aşama ise daha çok çalışmanın yazılı hale getirilmesi ile ilişkilidir. Bulguların tanımlanması ve analizi kısmında temalar, sistematik bir şekilde organize edilerek yorumlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 1999: 163-167). Bu anlamda yorumlama, içerik analizinin bir parçasıdır ve özellikle bulguların belirli temalar dahilinde okuyucuya sunulmasında önemli bir kademedir. Bu çalışmada, bütün aşamalar sırasıyla uygulanmış, veriler düzenlenerek sayısal hale getirilip yorumlanmıştır.

3.1. Araştırma Süreci

Araştırmada Türkiye’de online alışverişte en fazla tercih edilen e-ticaret siteleri olan Trendyol ve Hepsiburada örnekleme dahil edilmiştir. 2019’un ilk yarısında Türkiye’deki e-ticaret sitelerinin ziyaretçi sayılarına dair istatistiklere bakıldığında, Trendyol’un 30 milyon, Hepsiburada’nın 32 milyon kişi tarafından ziyaret edildiği görülmektedir. Bu çalışma kapsamında adı geçen e-ticaret sitelerinin Türkiye’de 2019 Black Friday Dönemi olan 18-29 Kasım günlerinde yaptıkları sosyal medya paylaşımları içerik analizine tabi tutulacak, Black Friday döneminde gerçekleştirilen toplam satış miktarları geçmiş yıllarla kıyaslanacaktır.

Araştırmanın amacı; her yıl popülerliği artmaya devam eden “Black Friday” alışveriş döneminin bir alışveriş çılgınlığına dönüştüğünü istatistiklerle ortaya koymak ve e-ticaret sitelerinin bu dönemdeki reklamlarını içerik ve söylem analizi yaparak tüketicinin ilgisinin ne ölçüde olduğunu yine istatistiklerle ortaya koymaktır. Çalışmada ayrıca hangi e-ticaret sitesinin bu dönemde daha fazla içerik ürettiğini ve tüketicilerin bu paylaşımlara olan geribildirimlerinin kıyaslanması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmada; Black Friday satış istatistikleri ile markaların sosyal medyayı kullanım oranları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı, hangi e-ticaret sitesinin Black Friday sürecinde sosyal medyada daha fazla içerik ürettiği ve hangi sosyal medya platformunun markalar tarafından daha aktif bir biçimde kullanıldığı sorularına yanıt aranmaktadır.

Çalışma kapsamında analize tabi tutulacak e-ticaret sitelerinin tarihçeleri ve içeriklerine ilişkin bilgiler aşağıda anlatılmıştır.

Hepsiburada: 1998 yılında kurulan Hepsiburada.com İstanbul Sultanbeyli’de yer alan 300 personeli ile 14.000 m²’lik çalışma bölgesiyle günümüzün en sık tercih edilen alışveriş sitelerinden biridir. Aras Kargo, Yurtiçi Kargo ve Geopost gibi birçok firma ile anlaşmalı olan e-ticaret sitesi, daha önceki adıyla “Infoshop.com.tr” olarak bilinmekteydi. Doğan Holding’in şirketi satın

almasının ardından 2007 yılı itibariyle 50 milyon dolar üzerinde ciro elde eden firmanın genel müdürü ve kurucu ortaklığını Kaan Dönmez üstlenmişti. Şirket daha sonra 2018 yılında yatırım firması Goldman Sachs Group'a satılmıştır. 1998 yılında "her şey ayağına gelsin" sloganıyla kurulan Hepsiburada, kısa bir süre içerisinde tüketicilerin adeta vazgeçilmez haline gelmeyi başarmıştır. Şirket 2011, 2012 ve 2013 yıllarında Türkiye'nin en sevilen markası seçilerek yılın e-ticaret sitesi ödülünün sahibi olmuştur.

Trendyol: 2010 yılında Demet Mutlu tarafından kurulan Trendyol.com, modayı herkes için ulaşılabilir kılmayı hedefleyen bir moda e-ticaret sitesidir. 300 bin dolar sermaye ile işe başlayan girişimci Demet Mutlu, Trendyol'un değerini 16 ayda 150 milyon dolara ulaştırmayı başarmıştır. Trendyol.com kadın ve erkek kullanıcılar için geniş ürün yelpazesi sunmaktadır. Online alışveriş sitesi olan Trendyol.com'da yerli ve yabancı pek çok marka ve kendi markası olan Trendyolmilla'nın satışları gerçekleşmektedir. Şirket 2018 yılında Alibaba tarafından satın alınmıştır ve şu anda şirketin ana hissedarı Alibabadır.

4. BULGULAR VE ANALİZ

Bulgular ve analiz kısmında araştırma verileri belli temalara ayrılarak analiz edilecektir. Öncelikle Türkiye'de 2019 Black Friday dönemine ilişkin genel istatistikler analiz edilecek daha sonra Trendyol ve Hepsiburada e-ticaret sitelerinin sosyal medya içerikleri incelenecek ve tartışılacaktır.

4.1. Black Friday 2019 İstatistikleri

Çalışmanın bu kısmında 18-29 Kasım arasındaki dönemi kapsayan Black Friday alışveriş dönemine ait genel istatistikler paylaşılacaktır. Toplam satış miktarları, Google reklam trafiği, markaların e-posta gönderim adedi ve tüketicilerin bu e-postalara reaksiyonları, satışların Türkiye ve dünyadaki cinsiyet dağılımları, en fazla alışverişte bulunan yaş aralığı ve alışverişin en sık gerçekleştiği saat aralığı gibi istatistikler analiz edilecektir.

4.1.1. Black Friday Döneminde Türkiye'deki Satış Miktarları

Bu bölümde Türkiye'de 2018 ve 2019 Kasım Black Friday alışveriş döneminde satılan ürün miktarları incelenmiştir.

Tablo 1. Türkiye'de 2018 Ve 2019 Black Friday Haftasında Satılan Ürün Miktarı

Yıl	Satış Miktarı
2018	1 564 960
2019	2 125 642

Tablo 1'e bakıldığında Türkiye'de Black Friday döneminde yapılan toplam satış miktarları yer almaktadır. Bu verilere göre Türkiye'de bu alışveriş döneminde satılan ürün miktarının 2019 yılında 2018 yılına göre %45 arttığı görülmektedir. Bu verilerden ve görsellerden de anlaşılacağı üzere Türkiye'de Black Friday'e olan ilgi artarak devam etmektedir.

Black Friday döneminde 2019 yılında ne kadar para harcandığı aşağıdaki tabloda gösterilmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Kasım Ayının Dördüncü Cuma Gününde Gerçekleştirilen Kartlı Ödeme Tutarı

	2018	2019	Değişim
Kartlı Ödeme Tutarı	3,4 Milyar TL	4,7 Milyar TL	%36

Tabloya göre; 2019 yılında Türkiye'de harcanan miktar geçen yıla göre %36 oranında bir artış göstermiştir. Bu oran ülkemizde Black Friday'e olan ilginin ve bu dönemde yaşanan tüketim çılgınlığının boyutunu göstermektedir. Önemli bir sonuç ise, Türklerin nakit harcamada

bulunmamalarıdır. Ülkemizde tüketiciler kartlar ile alışveriş yaparak borçlanmayı tercih etmiş durumdadır.

Yapılan toplam harcama içinde internet üzerinden gerçekleştirilen harcama tutarı aşağıda gösterilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Kasım Ayının Dördüncü Cuma Gününde İnternette Gerçekleştirilen Kartlı Ödeme Tutarı

	2018	2019	Değişim
İnternette Kartlı Ödeme Tutarı	970 milyon TL	1,41 Milyar TL	%44

Verilere göre, Türkiye’de gerçekleştirilen 4,7 milyar TL’lik harcamanın 1,4 milyar TL’si internet üzerinden gerçekleştirilmiştir. Mağazalardan yapılan toplam kartlı harcama tutarı ise 3,4 milyar TL olmuştur. Online mecralarda gerçekleştirilen harcama oranında geçen yıla göre %44 oranında bir artış gerçekleştiği görülmektedir. Tüketicilerin internette alışveriş yapma alışkanlıklarının artarak devam ettiği görülmektedir.

4.2. Markaların Black Friday Dönemi E-posta ve Kampanya İstatistikleri

Black Friday döneminin günümüz tüketim toplumlarında alışveriş çılgınlığının yaşandığı bir dönem haline gelmesi ile beraber markalar, bu dönemde tüketicilere ulaşmak için birçok yola başvurmaktadır. Bu doğrultuda markalar televizyon, dergi, gazete ve sosyal medya gibi kanallar aracılığıyla tüketiciye ulaşırken aynı zamanda tüketicilere kişisel mail adresleri aracılığıyla da ulaşmayı tercih etmektedir. Tüketicilerin kendilerine gelen e-postalara nasıl reaksiyon verdikleri de, tüketicilerin gelen e-postaya bakıp kampanya hakkında bilgi sahibi olup olmadığını öğrenmek bakımından markalar için oldukça önemlidir.

Black Friday dönemine ilginin artmasıyla paralel olarak markaların ürettikleri kampanya sayısı da artmaktadır. Tüketiciler alışveriş yapmak için artık Black Friday dönemini beklemekte ve bu durumda kampanya üreterek tüketicilere ulaşmak ve markanın bu dönemdeki mevcut satışlarını arttırmak markaların temel hedefi haline gelmektedir.

Bu doğrultuda, 2019 Black Friday döneminde markalar tarafından tüketicilere gönderilen e-posta sayıları, tüketicilerin gelen e-postaları tıklama ve açma oranları ile markaların bu dönemde ürettikleri kampanya sayıları 2018 yılı verileri ile karşılaştırmalı bir şekilde gösterilmiş ve analiz edilmiştir (Tablo 4).

Tablo 4. Black Friday Döneminde Markaların Gönderdikleri E-posta Adetleri ve Tüketici Reaksiyonlarının 2018-2019 İstatistikleri

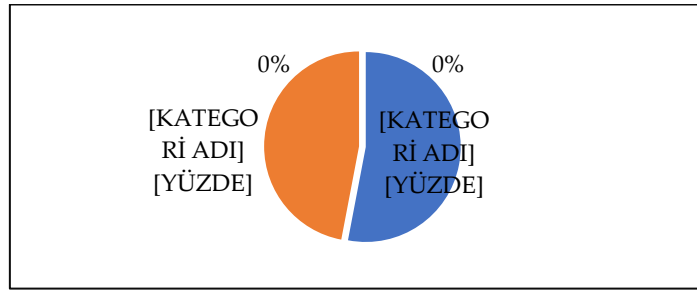
	2018	2019
Gönderilen Toplam E-posta Sayısı	65 Milyon	92 Milyon
E-Posta Kampanya Sayısı	930	1220
E-posta Açılma Oranı	%13,2	%14,4
E-posta Tıklanma Oranı	%19,8	%24

Yukarıdaki tabloya bakıldığında markaların her yıl bir önceki yıla göre ürettikleri kampanya sayısının arttığı görülmektedir. 2019 yılında gönderilen e-posta adedi bir önceki yıla göre %41,6 oranında artış göstererek 92 milyona ulaşmıştır. Üretilen kampanya sayısında da geçen yıla oranla %31,2 oranında bir artış yaşanmıştır. Bu istatistikler, markaların her yıl Black Friday döneminde tüketiciye ulaşmak için daha fazla çaba sarf ettiklerini göstermekte, satışları arttırmak ve tüketicinin ilgisini çekmek amacıyla üretilen kampanya sayılarının da bu doğrultuda arttığı görülmektedir.

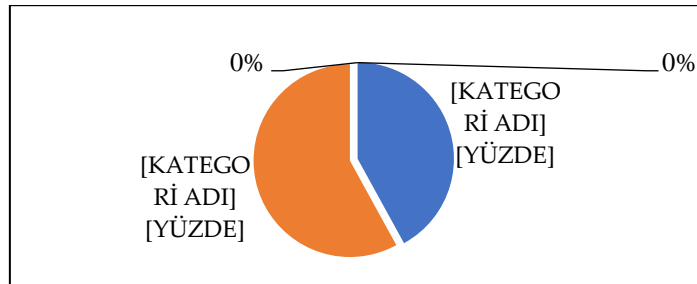
Tüketicilere ulaşmak için milyonlarca e-posta gönderen markalar için tüketicilerin bu e-postalara verdikleri reaksiyonlar da markalar için önemlidir. Gönderilen e-posta sayısının ve üretilen kampanya sayısının artmasına paralel olarak tüketicilerin de e-postaları açma ve tıklama sayılarının da geçen yıla göre arttığı görülmektedir. E-postaların açılma oranı geçen yıla oranla %9,1 artmış, tıklanma sayıları ise %21,3 oranında bir artış göstermiştir. Bu istatistiklere bakıldığında, markaların ürettikleri kampanya sayısına ve gönderdikleri e-posta sayılarına paralel olarak tüketicilerin e-postalara verdikleri reaksiyonun arttığı bu doğrultuda da tüketici ilgisinin artarak devam ettiği görülmektedir.

4.3. Satışların Cinsiyetlere Göre Dağılım

Kapitalizmin ilk dönemlerine bakıldığında, tüketim toplumlarında tüketme kavramının cinsiyetçi söylemler etrafında şekillendiği görülmektedir. Erkekler üretimle kadınlar ise tüketimle özdeşleştirilmekteydi. Bu dönemde reklamlar erkekler ve kadınları belli sınırlar içinde ifade etmiştir. Erkekler reklamlarda genellikle evin temel ihtiyaçlarını karşılayan aile reisi aynı zamanda baba ve eş rollerinde gösterilmekteydi. Kadınlar ise daha çok tüketme eyleminde bulunan taraf olarak lanse edilmekteydi (Aydoğan, 2008: 110). Günümüz tüketim toplumlarında ise cinsiyetler arası ayrımın ortadan kalkmaya başladığı bir dönem yaşanmaktadır. Artık hem erkeklerin hem de kadınların tüketici kimliğini kazandığı ve ayrım azaldığı görülmektedir (Odabaşı, 2004: 109). Bu bilgiler doğrultusunda Black Friday döneminde dünyada ve Türkiye’de tüketimde bulunan cinsiyetler aşağıdaki grafikte gösterilmiş ve karşılaştırılmıştır (Grafik 1; Grafik 2).



Grafik 1. Dünyada Satışların Cinsiyetlere Göre Dağılımı



Grafik 2. Türkiye’de Satışların Cinsiyetlere Göre Dağılımı

Satışların cinsiyetlere göre dağılımı Türkiye ve dünyada farklı istatistiklere sahiptir. Dünyadaki dağılıma bakıldığında, cinsiyetler arası ayrımın ortadan kalktığı ve Black Friday döneminde erkeklerin kadınlara oranla daha fazla alışveriş yaptığı görülmektedir. Türkiye’de de ise durum farklıdır. Daha fazla alışveriş yapan tarafın kadınlar olduğu istatistiklere yansımaktadır. Bu istatistik, Türkiye’deki dağılımın kapitalizmin ilk zamanlarında kadının tüketim ile özdeşleştirildiği dönemlere paralel olduğunu göstermektedir.

4.4. Trendyol ve Hepsiburada E-ticaret Sitelerinin Sosyal Medya Paylaşımlarının İçerik Analizi

Bu başlık altında Trendyol ve Hepsiburada e-ticaret sitelerinin sosyal medya paylaşımları içerik analizine tabi tutulmuştur. Türkiye’de Black Friday alışveriş dönemi 25-29 Kasım haftası olmasına rağmen markalar 18 kasımdan itibaren bu döneme ilişkin içerikleri paylaşmaya başlamıştır. Bu sebeple paylaşımların başladığı dönem olan 18 Kasım ve alışveriş döneminin bitişi olan 29 Kasım tarihleri arasındaki paylaşımlar analize tabi tutulmuştur. İki markanın 18-29 Kasım tarihleri arasında Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube platformlarındaki paylaşımları incelenmiştir. Ayrıca yine bu dönemdeki Google reklam trafikleri verilerine göre Türkiye’deki markaların istatistikleri değerlendirilmiştir.

Çalışma kapsamında analize öncelikle ilgili iki markanın sosyal medyadaki takipçi sayıları üzerinden başlanmıştır. Tablo 5’te markaların sosyal medyadaki takipçilerine ait veriler yer almaktadır.

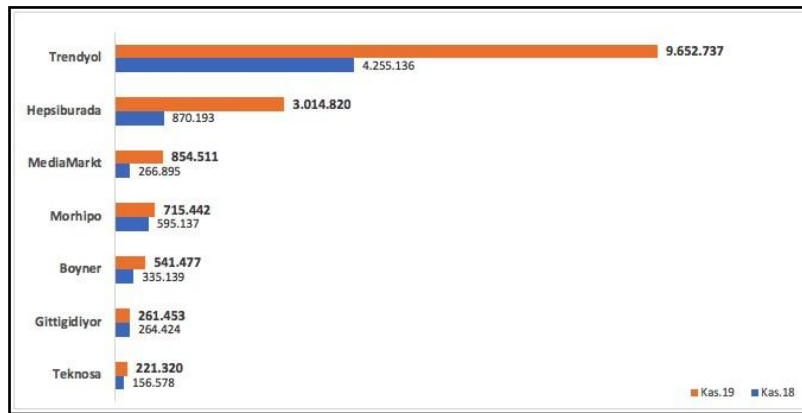
Tablo 5. Trendyol ve Hepsiburada E-ticaret Sitelerinin Sosyal Medya Platformlarındaki Takipçi Sayıları

Takipçi Sayıları	Hepsiburada	Trendyol
Facebook	2.950.704	2.388.659
Instagram	1.218.518	3.017.278
Twitter	410.145	154.979
Youtube	94.400	74.100

Hepsiburada ve Trendyol’un sosyal medya platformlarındaki takipçi sayıları kıyaslandığında Facebook, Twitter ve Youtube platformlarında Hepsiburada’nın, Instagram’da ise Trendyol’un lider olduğu görülmektedir. İki marka arasındaki en fazla takipçi sayısı farkının olduğu mecra ise Instagram olmuştur. Reklam kampanyalarının yürütülmesinde en aktif mecra olan Instagram’da Trendyol’un daha fazla tüketiciye ulaşma bakımından Hepsiburada’ya göre daha şanslı bir durumda olduğu görülmektedir.

4.5. Google Reklam Trafik İstatistikleri

Markalar için Google reklamları özellikle Black Friday gibi dönemlerde hayati öneme sahiptir. Grafik 3’te 2018 ve 2019 yıllarının Black Friday dönemindeki Google reklam trafiği incelenmiştir.



Grafik 3. Markaların 2019 Google Reklam Trafikleri

Grafik 3’e bakıldığında yedi markanın da Black Friday döneminde 2018 yılına göre reklam trafiklerinin arttığı görülmektedir. Listenin ilk sırasında geçen yıla göre reklam trafiğini arttıran Trendyol e-ticaret sitesi yer almaktadır. Fakat geçen yıla göre en fazla yüzdesel artışın yaşandığı

marka ikinci sırada yer alan Hepsiburada olmuştur. Listenin ilk iki sırasını paylaşan Trendyol ve Hepsiburada'nın reklam kampanyalarında sosyal medyayı aktif bir biçimde kullandığı görülmektedir. Çalışmanın ilerleyen başlıklarında sosyal medya mecraları tek tek ele alınacaktır.

4.6. Facebook Paylaşım İstatistikleri

Bu tema kapsamında adı geçen markaların Facebook'taki takipçi sayıları gibi bilgilerin yanı sıra 18-29 Kasım tarihleri arasında bu platformda Black Friday dönemine ilişkin yaptıkları paylaşımlar analiz edilmiştir. Analiz kapsamında toplam paylaşım sayıları, paylaşımların türü, paylaşımların beğeni ve yorum sayısı gibi faktörler incelenmiştir (Tablo 6).

Tablo 6. 18-29 Kasım Black Friday Döneminde Hepsiburada ve Trendyol'un Facebook Paylaşım İstatistikleri

	Hepsiburada	Trendyol
Toplam Paylaşım Sayısı	13	23
Paylaşılan Video Sayısı	9	21
Paylaşılan Fotoğraf Sayısı	4	2
Toplam Beğeni Sayısı	1814	2221
Toplam Yorum Sayısı	1152	1029

Markaların Facebook paylaşım içeriklerine bakıldığında Trendyol'un Facebook platformunu daha aktif kullandığı görülmektedir. Çalışmada daha önce de belirtildiği üzere, Facebook takipçi sayısı bakımından Hepsiburada daha yüksek takipçi sayısına sahiptir. Fakat buna rağmen bu mecra da içerik üreterek takipçilerine ulaşmakta Trendyol'a nazaran pasif kaldığı görülmektedir.

Paylaşılan içeriklerin türüne bakıldığında, markaların daha çok video paylaştıkları görülmektedir. Trendyol bu dönemde 23 gönderi paylaşmıştır ve bunların yalnızca 2 tanesi fotoğraf olmuştur. Hepsiburada'da aynı şekilde video paylaşımları ağırlıkta bulunmaktadır. 13 paylaşımın 9'unu videolar oluşturmaktadır. Trendyol, ünlülerin yer aldığı videolar, Hepsiburada'da ise "Efsane Cuma" indirimlerinin yaklaştığına ilişkin bilgi veren videolar kullanılmıştır.

Toplam paylaşım sayıları ve paylaşım türlerine bakıldıktan sonra markaların paylaştıkları fotoğraf ve videolara gelen toplam beğeni ve yorum sayısı incelenmiştir. Tablo 6'ya göre, Trendyol bu dönemde daha fazla içerik paylaşmıştır fakat beğeni ve yorum sayıları Hepsiburada'nın Facebook gönderilerine gelen beğeni ve yorum sayısı ile paralellik göstermiştir. Trendyol Facebook takipçilerinin beğeni ve yorum yapma konusunda çok ilgili olmadığı görülmüştür.

4.7. Twitter Paylaşım İstatistikleri

Çalışmada bir sonraki inceleme mecrası olan Twitter'a bakılmıştır. 18-29 Kasım tarihlerinde markaların paylaşımları belirlenen temalar dâhilinde analize tabi tutulmuştur.

Tablo 7. 18-29 Kasım Black Friday Döneminde Hepsiburada ve Trendyol Twitter Paylaşım İstatistikleri

	Hepsiburada	Trendyol
Toplam Paylaşım Sayısı	10	7
Paylaşılan Video Sayısı	10	7
Paylaşılan Fotoğraf Sayısı	0	0
Toplam Video Görüntülenme Sayısı	70.200	43.400
Toplam Beğeni Sayısı	120	358
Toplam Yorum Sayısı	1.858	523

E-ticaret sitelerinin Twitter paylaşımlarına bakıldığında Hepsiburada'nın bu mecrayı daha aktif kullandığı görülmektedir. Takipçi sayıları bakımından Hepsibura'danın lider olduğu Twitter'da Hepsiburada toplamda 10, Trendyol ise 7 içerik paylaşmıştır. İki markanın da içeriklerinin tamamı videolardan oluşmuştur. Hepsiburada'nın bu mecrayı aktif kullanmasına paralel olarak video görüntülenme sayısı da daha fazla olmuştur.

Toplam beğeni ve yorum sayılarına bakıldığında ise ilginç olan bulgu Hepsiburada videolarına gelen beğeni sayısının az olmasıdır. Takipçiler çok fazla yorum yapmış olmalarına rağmen beğenide bulunmamışlardır. Trendyol beğeni ve yorum sayıları arasında belirgin bir farka rastlanmamıştır.

4.8. Instagram Paylaşım İstatistikleri

Günümüzde markalar, sosyal medya platformlarını tüketiciye ulaşmak için aktif olarak kullanmaktadır. Hem tüketiciye ulaşmanın kolay olması hem de tüketicinin anında geribildirimde bulunabilmesi bakımından sosyal medya, markalar için kilit bir role sahiptir. Bu doğrultuda görsellerin daha fazla rağbet gördüğü ve kullanıcı sayısının gün geçtikçe arttığı Instagram gözde platformlardan biri olmuştur. Hepsiburada ve Trendyol'un Instagram paylaşımları diğer mecralarda olduğu gibi birçok tema dâhilinde incelenmiştir.

Tablo 8. 18-29 Kasım Black Friday Döneminde Hepsiburada ve Trendyol Instagram Paylaşım İstatistikleri

	Hepsiburada	Trendyol
Toplam Paylaşım Sayısı	48	31
Paylaşılan Video Sayısı	8	13
Paylaşılan Fotoğraf Sayısı	40	18
Toplam Video Görüntülenme Sayısı	276.457	1.639.548
Toplam Beğeni Sayısı	96.375	250.563
Toplam Yorum Sayısı	11.180	6.078
Reklamlarda Ünlü Kullanımı	13	23

Black Friday dönemine ilişkin en fazla içeriğin üretildiği ve paylaşıldığı sosyal medya platformu Instagram olmuştur. Tablo 8'e bakıldığında iki markanın da en fazla iletişim çabası yürüttüğü mecra Instagram'dır. Hepsiburada bu dönemde toplam 48, Trendyol ise 31 paylaşımında bulunmuştur. Instagram'da en fazla paylaşım yapan markanın Hepsiburada olduğu görülmektedir. Paylaşım türlerine bakıldığında iki markanın da daha çok fotoğraf paylaştığı görülmektedir. Instagram'da paylaşılan videoların belirli bir süre sınırına tabi tutulmasının bu durumda etkili olduğu düşünülmektedir.

Trendyol'un takipçi sayısının Hepsiburada'ya oranla daha fazla olması sebebiyle video görüntülenme ve beğeni sayıları da paralel biçimde daha yüksek gerçekleşmiştir. Tablo 8 incelendiğinde yorum sayıları bakımından Hepsiburada'ya daha fazla yorum geldiği görülmektedir. Bu durum, markanın çok fazla gönderi sayısı ile yorum sayısı arasında bir paralellik olduğu şeklinde yorumlanabilmektedir.

Sonuç olarak iki marka tarafından da etkin bir biçimde kullanılan Instagram platformunda yukarıdaki veriler göz önüne alındığında, Hepsiburada daha fazla içerik üretmesine rağmen takipçi sayısının az olması sebebiyle daha az kullanıcıya ulaşabilmiştir. Tüketim çılgınlığının gerçekleştiği bir alışveriş dönemi olan Black Friday'de Trendyol "Efsane Günler" kampanyası ile Instagram platformunda daha çok tüketiciye ulaşmış görülmektedir.

Markalar, kitleleri daha kolay ikna edebilmek ve tüketicileri satın almaya yönlendirmek amacıyla reklamlarında ünlü kullanımını tercih etmektedir. Sosyal medyada fenomen haline

gelmiş çok sayıda takipçisi bulunan veya halk nezdinde güven kazanmış birçok ünlü, markaların hedefi haline gelmektedir. Çalışma bulguları hem Hepsiburada hem de Hepsiburada'nın reklam kampanyalarında ünlü kullanımını tercih ettiğini göstermiştir. Fakat Trendyol hem reklam videolarında hem de özellikle Instagram mecrasında daha fazla ünlü kullanmıştır. Trendyol reklam videolarının hepsi Türkiye'de en tanınmış ünlülerden oluşmaktadır. Hepsiburada, özellikle sosyal medya fenomenleriyle çalışmış ve daha çok fotoğraf paylaşımlarında bulunmuştur.



Resim 1. Trendyol ünlü kullanımı



Resim 2. Hepsiburada ünlü kullanımı

Trendyol aynı zamanda birçok fenomen ve sanatçı ile işbirliğinde bulunarak Efsane Günler haftası boyunca etkili bir kampanya yürütmüştür. Ünlüler sayfalarının hikâye kısmında bu hafta boyunca indirimlerin devam ettiğine yönelik içerikler paylaşmış ve oluşturdukları linkler ile takipçilerini doğrudan Trendyol uygulamasına yönlendirmiştir. Trendyol, ünlülerle işbirliği yaparak indirimlerin Instagram'da sürekli görünür kılınmasını sağlayarak etkin bir sosyal medya kampanyası yürütmüştür.

4.9. Youtube Paylaşım İstatistikleri

Youtube kanalı markaların daha fazla tüketiciye ulaşılabilmesi bakımından reklam vermek için kullandığı mecralardan biridir. Bu doğrultuda ilgili markaların Youtube istatistikleri analiz edilmiştir.

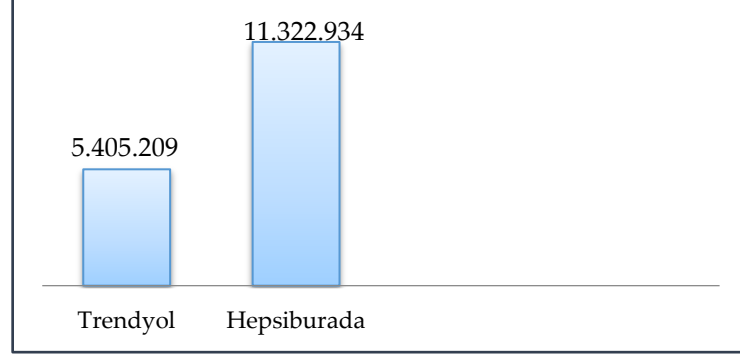
Tablo 9. 18-29 Kasım Black Friday Döneminde Hepsiburada ve Trendyol Youtube Paylaşım İstatistikleri

	Hepsiburada	Trendyol
Toplam Paylaşım Sayısı	3	7
Paylaşılan Video Sayısı	3	7
Paylaşılan Fotoğraf Sayısı	0	0
Toplam Video Görüntülenme Sayısı	10.976.277	3.722.261
Toplam Beğeni Sayısı	5.158	774
Toplam Yorum Sayısı	25	Yoruma kapalı

Hepsiburada ve Trendyol e-ticaret sitelerinin Youtube istatistiklerine bakıldığında Trendyol'un Youtube kanalında daha aktif olduğu görülmektedir. Trendyol bu dönemde toplam 7, Hepsiburada ise 3 içerik paylaşmış ve bunların tamamı videolardan oluşmuştur. Analiz bulgularına göre; Trendyol daha fazla içerik paylaşmasına rağmen izlenme sayıları bakımından Hepsiburada'ya oranla daha az izlenmiştir. Hepsiburada toplamda 10 milyonun üzerinde izlenerek daha fazla kişiye ulaşmıştır. İzlenme sayılarına paralel olarak beğeni sayılarının fazla olduğu marka olan Hepsiburada'da yapılan yorumlar ise yalnızca 25 tane. Trendyol ise yorumu abonelerine kapatmıştır. Bu sebeple herhangi bir kıyaslama yapılamamıştır.

4.10. Bütün Platformlardaki İzlenme İstatistikleri

Çalışmanın analizinin son kısmında Hepsiburada ve Trendyol'un Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube mecralarındaki toplam izlenme oranları karşılaştırılmıştır.



Grafik 4. Hepsiburada ve Trendyol'un Bütün Sosyal Medya Platformlarındaki Videoların Toplam İzlenme Sayıları

Grafik 4'e bakıldığında toplam izlenme sayısı bakımından Hepsiburada'nın lider olduğu görülmektedir. Bu toplam izlenmede etkili olan kanal ise kuşkusuz Youtube olmuştur. Trendyol, Instagram gibi takipçi sayısının çok fazla olduğu bir kanalda etkili bir kampanya yürütmesine rağmen Instagram ve Youtube'da izlenme oranlarının düşük olması sebebiyle toplam izlenme sayısında Hepsiburada'nın gerisinde kalmıştır.

SONUÇ

Son yıllarda popülratesi artarak devam eden "Black Friday" alışveriş sezonu "Efsane Cuma" ve "Efsane Günler gibi isimlerle hayatımıza girmiştir. Her geçen yıl ilginin artarak devam ettiği bu dönemde satış istatistikleri de artmaya devam etmektedir. Çalışmada öncelikle bu dönemde Türkiye'de gerçekleştirilen satışların istatistikleri analiz edilmiştir. Analiz sonuçları, Türkiye'de 2019 yılında harcanan paranın bir önceki yıla oranla %36 arttığını göstermektedir. Aynı zamanda geçen yıla oranla %45 oranında daha fazla ürünün satışı gerçekleşmiştir. Bu istatistikler, Türkiye'de bu dönemde bir tüketim çılgınlığı yaşandığı sonucunu doğrulamaktadır.

Kredi kartı ile yapılan harcamaların istatistiklerine bakıldığında, ülkemizde geçen yıla oranla tüketicilerin kredi kartı kullanarak satın alma eğilimlerinin arttığı görülmektedir. Ayrıca online mecralarda kredi kartı kullanılarak yapılan harcama tutarı da geçen yıla göre önemli bir artış göstermiştir. Tüketicilerin alışveriş yaparken nakit kullanmak yerine borçlanmayı tercih etmesi araştırmanın etkili sonuçlarından biri olmuştur.

Markalar, tüketicilere kitle iletişim araçlarıyla ulaşmanın yanı sıra, doğrudan ulaşmak için de e-mail gönderme yolunu tercih etmektedir. Analiz sonuçları, markaların geçen yıla oranla tüketicilere daha fazla e-mail gönderdiklerini ve tüketici geribildirimlerinin de bu doğrultuda arttığını göstermiştir. Ayrıca markaların kampanya sayılarında geçen yıla oranla %31,2 artış olması, Black Friday döneminde markaların çok yoğun kampanya çalışmaları yürüttüklerini göstermektedir.

Tüketim toplumlarında artık yalnızca kadınlar değil erkekler de tüketime yönelmiş durumdadır. Dünyadaki satış istatistiklerine bakıldığında bu bilgiyi doğrular sonuçlar ile karşılaşılmaktadır. Fakat Türkiye'de durum farklıdır. Satış istatistiklerinin cinsiyetlere göre dağılımına bakıldığında Türkiye'de kadınların daha fazla tüketimde buldukları sonucu ortaya çıkmaktadır.

Markalar bu dönemde birçok üründe indirim yaparak ve bu indirimleri tüketicilerde satın alma eğilimini arttırmak amacıyla birçok mecrada tüketicilere aktararak satışlarını arttırmayı

hedeflemektedir. Markalar; televizyon, dergi ve gazete gibi kitle iletişim araçlarının yanı sıra günümüzde bireylerin bir hayli ilgi gösterdiği sosyal medya platformlarını da kullanarak tüketicilere ulaşmayı amaçlamaktadır.

Sosyal medya kullanımının bu kadar yaygın olması markaların tüketicilere ulaşmak için bu mecraı kullanmasını zorunlu hale getirmiştir. Bireylerde yapay ihtiyaçların yaratılmasında etkili olan sosyal medya, kullanıcılara ulaşımın kolay olması ve diğer mecralara göre daha ucuz olması bakımından markaların reklam kampanyalarında başat rol oynamaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın diğer analiz kısmında, Black Friday döneminde “Efsane Cuma” ve “Efsane Günler” sloganlarıyla sosyal medya kampanyalarını yürüten Hepsiburada ve Trendyol e-ticaret sitelerinin sosyal medya paylaşımları analiz edilmiştir.

İlgili markaların ikisi de “Black Friday” döneminde sosyal medyayı aktif bir biçimde kullanmıştır. Fakat sosyal medyada ünlü ve fenomen kullanımı, özellikle Instagram gibi etkin bir mecraın kullanımı bakımından Trendyol’un daha başarılı bir kampanya yürüttüğü görülmektedir. Hepsiburada’nın Youtube kanalındaki izlenme oranını reklam vermesiyle bağlantılı olduğu düşünülürse diğer mecralarda Trendyol’a oranla daha pasif kaldığı görülmektedir.

Türkiye’de bireyler Black Friday gibi dönemlerde yürütülen kampanyaların ve reklamların etkisiyle birer tüketici haline gelmekte ve tam bir tüketim patlamasının yaşandığı görülmektedir. Sosyal medya platformlarını aktif bir şekilde kullanan markalar için de tüketiciye ulaşmak ve kitleleri tüketim ağına çekmek daha kolay hale gelmektedir. Ülkemizde bunun farkında olan markaların bütün mecralarda aktif olmaya özen gösterdikleri ve bu doğrultuda kampanya yürüttükleri görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Baudrillard, J., Deliceçaylı, H. ve Keskin, F. (2004). *Tüketim toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayhan, V. (2011). Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: “Tüketiyorum Öyleyse Varım”, *Sosyoloji Konferansları*, (43), 221-248.
- Black Friday alternatif kampanya isimleri. (2019, Aralık 14).
- Black Friday nedir. (2019, Aralık 15).
- Boyd Thomas, J. ve Peters, C. (2011). An Exploratory Investigation Of Black Friday Consumption Rituals, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 39(7): 522-537.
- Çetinkaya, O. A. ve Ceng, E. (2018). Türkiye’deki Black Friday Etkinliğinin Tüketici Sinizmi Bağlamında Bir Değerlendirmesi, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4): 167-180.
- Çoşgun, M. (2012). Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu, *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1): 837-850.
- Dağtaş, E. ve Yıldırım, O. (2018). Kültürel Emperyalizm Çerçevesinde Tüketim Pratiklerinin Türkiye Basınındaki Yansımalarının Çözümlemesi: 24 Kasım 2017 “Kara Cuma” Örneği, *Global Media Journal: Turkish Edition*, 9(17): 96-127.
- Hatıplı, M. (2017). Postmodernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya., *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (1): 32-50.
- Hepsiburada ziyaretçi istatistikleri. (2019, Aralık 15).
- <https://webrazzi.com/2019/02/15/2018de-yuzde-60-buyuyen-hepsiburadanin-guncel-verileri-ve-e-ihracat-odagi/>
- <https://webrazzi.com/2019/08/14/yilda-200-milyon-urun-satisi-gerceklestirdigini-aciklayan-trendyol-un-one-cikan-sayilari/>

- <https://www.haberturk.com/black-friday-ne-zaman-2019-black-friday-nedir-nasil-ortaya-cikmistir-2539365-ekonomi>
- <https://www.kpsscafe.com.tr/teknoloji/kara-cuma-yerine-alternatif-isimle-kampanya-yaptilar-h91126.html>
- İnce, M. ve Uygurtürk H. (2019). Marka Kimliği, Marka Kişiliği, Marka İmajı ve Marka Konumlandırma Alanında Yapılan Lisansüstü Tezler Yönelik Bir İnceleme, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1): 224-240.
- Köroğlu, C. Z. (2012). *Tüketim Kültürü ve Din*. Ankara: Afşan Matbaa.
- Kwon, H. J. Ve Brinthaup, T. M. (2015). The Motives, Characteristics And Experiences Of Us Black Friday Shoppers, *Journal Of Global Fashion Marketing*, 6(4): 292-302.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü (O. Akınhay ve D. Kömürcü Çev.)*. Ankara: Bilim Sanat Yayınları.
- Marx, K. (2011). *Ekonomi politiğinin eleştirisine katkı (S. Belli Çev.)*. Ankara: Sol Yayınları.
- Simpson, L., Taylor, L., O'rourke, K., ve Shaw, K. (2011). An Analysis Of Consumer Behavior On Black Friday, *American International Journal Of Contemporary Research*, 1(1): 1-5.
- Swilley, E. ve Goldsmith, R. E. (2013). Black Friday and Cyber Monday: Understanding Consumer Intentions on two Major Shopping Days, *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 20(1): 43-50.
- Trendyol ziyaretçi istatistikleri. (2019, Aralık 15).
- Tükel, İ. (2014). Tüketimin Yeni Aktörleri: "Y Kuşağı", *Hacettepe Üniversitesi sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 24: 1-22.
- Yavuz, ř. (2013). Türk Toplumunun Tüketim Toplumuna Dönüşümünde Reklamcılığın Rolü, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (36): 219-240.
- Yıldırım, A. ve şimşek, H. (1999). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma teknikleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yıldız, S. C. (2019). Kültürel Özelliklerin Dilsel Yerelleşmeye Etkisi: "Black Friday" Örneği. Ankara: TDK Yayınları.
- Zygmunt, B. (2006). *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları (A. Yılmaz Çev.)*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.



BİST Gıda ve İçecek Sektöründe Nakit Akım Odaklı Finansal Performansın TOPSIS ve ARAS Yöntemleri ile Karşılaştırmalı Ölçümü*

Comparative Measurement of Cash Flow Based Financial Performance in BIST Food and Beverage Sector with TOPSIS and ARAS Methods

Hasan UYGURTÜRK¹, Eyüp YILKAN²

¹Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Karabük, Türkiye

²Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük, Türkiye

ORCID:

H.U.: 0000-0002-9252-0155

E.Y.: 0000-0002-2242-8636

Corresponding Author:

Hasan UYGURTÜRK

Email:

hasanuygurturk@karabuk.edu.tr

Citation: Uygurtürk, H. ve Yılkan, E. (2020). BİST gıda ve içecek sektöründe nakit akım odaklı finansal performansın TOPSIS ve ARAS yöntemleri ile karşılaştırmalı ölçümü. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 587-609.

Submitted: 25.04.2020

Accepted: 22.07.2020

Özet

Ülke ekonomileri içinde önemli bir yere sahip olan gıda ve içecek sektörü aynı zamanda en eski sanayi kollarından biridir. Talebin süreklilik gösterdiği bu sektörde yoğun bir rekabet ortamı da söz konusudur. Böyle bir ortamda finansal yapıları sağlıklı ve güçlü işletmeler varlıklarını sürdürebileceklerdir. Bu çalışmada Borsa İstanbul'da gıda ve içecek sektöründe işlem gören işletmelerin nakit akım odaklı finansal performanslarının TOPSIS ve ARAS yöntemleri ile ölçümü amaçlanmıştır. 2013-2017 dönemini kapsayan çalışma sonucunda, her iki yöntemle göre yapılan finansal performans ölçümlerinin farklı sonuçlar verse de genel itibariyle sıralama sonuçlarının birbirine oldukça yakın olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gıda ve içecek Sektörü, Nakit Akım Oranları, TOPSIS Yöntemi, ARAS Yöntemi.

Abstract

The food and beverage sector, which has an important place in the country's economies, is also one of the oldest branches of industry. There is an intensely competitive environment in this sector, where demand is continuous. In such an environment, healthy and strong businesses with financial structures will be able to survive. In this study, it is aimed to measure the cash flow based financial performances of the companies traded in the food and beverage sector in Borsa Istanbul using TOPSIS and ARAS methods. As a result of the study covering the period of 2013-2017, it was determined that although the financial performance measurements made by both methods yield different results, the ranking results, in general, are quite close to each other.

Keywords: Food and Beverage Sector, Cash Flow Ratios, TOPSIS Method, ARAS Method.

*Bu makale Eyüp Yılkan'ın Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı'nda kabul edilen yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

1. GİRİŞ

İşletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri, karlı, verimli ve rakipleriyle rekabet edebilir olabilmeleri işletmelerin sergiledikleri performansla yakından ilgilidir. İşletme performanslarının en temel göstergelerinden biri de finansal performanstır. Bu kapsamda bilanço ve gelir tablosunun ardından işletmelerin performanslarının belirlenmesinde kullanılan nakit akım tablosu, işletmelerin likidite durumu hakkında önemli bir veri kaynağı konumunda bulunmaktadır.

Nakit akım tablosu, işletmelerin belirli bir faaliyet döneminde sağladığı nakit varlıklar ile nakit varlık çıkışını ve tüm bunlara bağlı olarak dönem sonunda elde edilen net nakit varlığını gösteren bir mali tablo olarak tanımlanmaktadır. Nakit akım tablosu, hem işletme yöneticilerine hem de işletme ile ilgili kesimlere işletmenin faaliyet dönemindeki nakit unsurları hakkında önemli bilgiler sağlamaktadır. Söz konusu bilgiler doğrultusunda mali tablo kullanıcıları işletmenin likidite yapısı, işletmenin nakit sağlayan ve nakit çıkışına yol açan kalemleri, işletmenin nakite bağlı risk durumu, borç ödeme gücü gibi durumları hakkında bilgi sahibi olabilmektedirler.

İşletmeler ekonomik kriz zamanlarında uzun vadeli yatırımlarını azaltarak faaliyetlerini sürdürebilirlerken, işletme sermayesi yönetimlerine gereken önemi vermediklerinde faaliyetlerini tamamen durdurmak zorunda kalabilmektedirler. Bundan dolayı nakit ve nakit yönetimi günümüz işletmeleri için oldukça önemli bir hale gelmiş ve işletmelerin mali durumlarını yönlendirmede önemli bir yere sahip olmuştur. Dolayısıyla her geçen gün finansal tablo kullanıcıları nakit akım tablosundan elde ettikleri bilgilere daha çok önem verir hale gelmişlerdir (Sakarya, 2008, s. 228; Kepçe, 2017, s. 62).

Nakit akım tablosunun işletmelere yönelik önemli bilgiler içermesi, bu tablodan elde edilen bilgiler yardımıyla gerçekleştirilen analizlerin sayısını da artırmaktadır. Bu çalışmada, Borsa İstanbul'da (BİST) işlem gören gıda ve içecek sektörü işletmelerinin nakit akımına dayalı finansal performanslarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda BİST gıda ve içecek sektöründe yer alan 25 işletmenin öncelikle nakit akımına dayalı finansal oranları tespit edilmiş, sonrasında işletmelerin finansal performans başarı sıralamaları çok kriterli karar verme yöntemlerinden TOPSIS ve ARAS yöntemleriyle belirlenmiştir.

2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

İşletmelerin nakit akımına dayalı finansal performansına yönelik olarak gerçekleştirilen çalışmalar ile TOPSIS, ARAS yöntemlerinin kullanıldığı çalışmalar aşağıda kronolojik sıra ile verilmiştir.

Jooste (2007) çalışmasında çeşitli araştırmacılar tarafından önerilen nakit akım oranlarının araştırılmasını ve finansal başarısızlığı tahmin etme potansiyeli olan oranları belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda nakit akım tablosuna dayanılarak hesaplanan oranın ne kadar yüksek olursa, başarısızlık olasılığının o kadar düşük olduğu ve pozitif oranın pozitif nakit akışına işaret ettiği ifade edilmiştir. Armen (2013) ABD'deki büyük havayolu işletmelerinin performans ölçümünü nakit akım oranlarını kullanarak gerçekleştirmiştir. 2007-2011 yıllarını kapsayan çalışma sonucunda, havayolu şirketlerinin likidite sorunu olduğunu, zorunlu harcamaları ve mevcut yükümlülükleri tam olarak karşılamak için nakit üretmekte sıkıntı çektiklerini ifade etmiştir. Frank ve James (2014) Nijerya'da yiyecek ve içecek sektöründeki firmaların nakit akımları ile işletme performansı arasındaki ilişkiyi ele almışlardır. Çalışma sonucunda nakit akımı ile işletme performansı arasında önemli ve pozitif bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Kajanathan ve Velnampy (2014) çalışmalarında nakit akım ve geleneksel oranları birlikte kullanarak Sri Lanka telekomünikasyon sektöründe yer alan işletmelerin likidite, ödeme gücü ve karlılık analizini gerçekleştirmişlerdir. Çalışma sonucunda geleneksel oranların likidite, ödeme gücü ve karlılıkta nakit akış oranlarından farklı sonuçlar ürettiği belirlenmiştir.

Barua ve Saha (2015) nakit akım oranlarının güçlü ve etkili bir araç olup olmadığını belirlemeye çalışmışlardır. Çalışma sonucunda nakit akım oranlarının, gelecekteki nakit akımının ne olacağı hakkında verdiği bilginin geleneksel oranlara kıyasla daha güçlü olduğu vurgulanmıştır. Yıldırım vd. (2016) işletmelerin performanslarını nakit akım oranlarını kullanarak değişik boyutlarda değerlendirebilmek için hisse senetleri BİST’de işlem gören taş ve toprağa dayalı sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin analizini 2012-2014 dönemi için gerçekleştirmişlerdir. Orçun ve Eren (2017) çalışmalarında Borsa İstanbul’da işlem gören teknoloji şirketlerinin mali performanslarını TOPSIS yöntemi ile analiz etmişlerdir. Çalışma sonucunda ilgili dönemlere yönelik finansal performans sıralamaları ile borsa getiri sıralamaları arasında herhangi anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Ömürbek vd. (2017) çalışmalarında aktif büyüklüklerine göre büyük ölçekli bankaların sürdürülebilirlik performanslarını, ENTROPI, ARAS, MOOSRA ve COPRAS yöntemleri ile karşılaştırmalı olarak değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Genç vd. (2017) çalışmalarında, Karadeniz Ekonomik İşbirliği (KEİ)’ne üye olan ülkelerin makroekonomik değişkenlerini kullanarak etkinliklerini ARAS, TOPSIS ve MOORA yöntemleri ile belirlemeye çalışmışlardır.

Petriashvili (2018) 3 yıllık dönemde (2012-2014), Sri Lanka ekonomisinden seçilen 125 şirketin nakit akım tablosu oranlarını ve çeşitli araştırmacılar tarafından önerilen klasik likidite oranlarını kullanarak ilgili şirketlerin likidite pozisyonunu incelemiştir. Petriashvili, korelasyon analizine göre klasik ve nakit akım oranları arasında pozitif bir ilişki olduğunu belirtmiştir. Ayrıca nakit akım tablosu kullanılarak geliştirilen likidite oranlarının, bir şirketin finansal gücü veya zayıflığı hakkında ek bilgi veya bazen daha iyi bilgi sağlayabileceğini de ifade etmiştir. Kaplanoğlu (2018) çalışmasında BİST kimya, petrol, kauçuk ve plastik ürünler sektöründeki şirketlerin nakit akış bilgilerine göre ARAS ve COPRAS yöntemleriyle sıralamalarını elde etmeyi ve bu doğrultuda öneriler getirmeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda ARAS ve COPRAS yöntemlerine göre yapılan sıralamalarda birebir aynı sonuçlar olmasa da yakın sonuçlar elde edilmiştir. Özçelik ve Küçükçakal (2019) araştırmalarında BİST’de işlem gören finansal kiralama ve faktoring şirketlerinin finansal performanslarını, finansal oranlar yardımıyla TOPSIS yöntemi ile değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Ecer (2019) çalışmasında Türkiye’deki özel sermayeli bankaların kurumsal sürdürülebilirlik performanslarını Entropi-ARAS bütünleşik modeli ile belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda özel sermayeli bankaların sürdürülebilirlik performanslarının belirlenmesinde en önemli boyutun sosyal boyut olduğu ifade edilmiştir. Das (2019), farklı sektörlerden farklı işletmeleri analiz kapsamına alarak nakit akım oranları yardımıyla ilgili işletmelerin karşılaştırmalı analizini gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda nakit akım oranlarının, likidite, ödeme gücü, verimlilik, yeterlilik ve karlılık konularında geleneksel oranlardan daha iyi ölçüler olduğunu belirtmiştir.

3. TOPSIS YÖNTEMİ

Çok kriterli karar vermede, bir dizi alternatifin birkaç kriter kullanılarak değerlendirilmesi ve karşılaştırılması gerekmektedir. Söz konusu sürecin temel amacı alternatifler arasından seçim yapmada karar vericiye destek sağlamaktır. Bu süreçte, problemler genellikle birbiriyle çelişen birkaç kriter ile karakterize edilir ve tüm kriterleri aynı anda karşılayan bir çözüm olmayabilir. Olması gereken ise karar vericinin tercihlerine göre bir uzlaşma çözümünün var olmasıdır. Bu kapsamda TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solutions), seçilen alternatifin Pozitif İdeal Çözüme en kısa mesafeye ve Negatif İdeal Çözüme de en uzak mesafeye sahip olması gerektiği temeline dayanmaktadır. Yöntemde nihai sıralama, yakınlık endeksi ile elde edilmektedir. Diğer bir ifadeyle TOPSIS yönteminde alternatifler ideal çözüme benzerliğine göre derecelendirilmektedir. Buna bağlı olarak yöntem, ideal çözüme en yakın alternatifi bulmak için hedefe dayalı bir yaklaşım olarak ifade edilmektedir. Bir alternatif ideal çözüme ne kadar

benziyorsa, o kadar yüksek bir dereceye sahip olmaktadır. İdeal çözüm, pratikte var olmayan herhangi bir açıdan en iyi çözümdür ve yaklaşık olarak bulunmaya çalışılmaktadır (García-Cascales ve Lamata, 2012: 125; Bhutia ve Phipon, 2012: 44).

TOPSIS yöntemi birbirini takip eden altı adımdan oluşmaktadır (Bhutia ve Phipon, 2012: 45; Ren vd., 2007: 2-3; García-Cascales ve Lamata, 2012: 125-126).

Adım 1: Karar Matrisinin (A) Oluşturulması

Karar matrisi karar verici tarafından oluşturulan başlangıç matrisidir ve satırlarında alternatifler, sütunlarında ise değerlendirme faktörleri (kriterler) yer almaktadır.

$$A_{ij} = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{12} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{m1} & a_{m2} & & a_{mn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

A_{ij} matrisinde m alternatif sayısını, n ise kriter sayısını ifade etmektedir.

Adım 2: Normalize Edilmiş Karar Matrisinin (R) Oluşturulması

İkinci adımda normalize edilmiş karar matrisi (2) numaralı eşitlik kullanılarak elde edilmektedir.

$$r_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m a_{ij}^2}} \quad i=1, \dots, m \quad j=1, \dots, n \quad (2)$$

Adım 3: Ağırlıklı Normalize Edilmiş Karar Matrisinin (V) Oluşturulması

Normalize edilmiş karar matrisi elemanları ilişkili ağırlıklarla çarpılarak ağırlıklı normalize karar matrisi oluşturulur. Ağırlıklı normalize karar matrisi V_{ij} aşağıdaki şekilde hesaplanır.

$$V_{ij} = \begin{bmatrix} w_1 r_{11} & w_2 r_{12} & \dots & w_n r_{1n} \\ w_1 r_{21} & w_2 r_{22} & \dots & w_n r_{2n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ w_1 r_{m1} & w_2 r_{m2} & & w_n r_{mn} \end{bmatrix} \quad (3)$$

Adım 4: İdeal (A^+) ve Negatif İdeal (A^-) Çözümlerin Oluşturulması

İdeal pozitif çözüm (A^+) ve ideal negatif çözüm (A^-) aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır.

$$A^+ = \{v_1^+, v_2^+, \dots, v_n^+\} = \left\{ \left(\max_i v_{ij}, j \in J \right) \left(\min_i v_{ij}, j \in J' \right) \right\} \quad (4)$$

$$A^- = \{v_1^-, v_2^-, \dots, v_n^-\} = \left\{ \left(\min_i v_{ij}, j \in J \right) \left(\max_i v_{ij}, j \in J' \right) \right\} \quad (5)$$

Burada J fayda kriterleri, J' maliyet kriterleri ile ilişkilidir.

Adım 5: Mesafe Ölçütlerinin Hesaplanması

Her alternatifin pozitif ve negatif ideal noktalara olan uzaklık değeri aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır.

$$S_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^+)^2} \quad i=1, 2, \dots, m \quad (6)$$

$$S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2} \quad i=1, 2, \dots, m \quad (7)$$

Adım 6: İdeal Çözümüne Göreli Yakınlığın Hesaplanması

Her bir alternatifin ideal çözüme olan göreli yakınlık (C_i^+) değeri aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır.

$$C_i^+ = \frac{s_i^-}{s_i^- + s_i^+} \quad 0 \leq C_i^+ \leq 1 \quad i=1, 2, \dots, m \quad (8)$$

C_i^+ değeri ne kadar büyük olursa alternatiflerin performansı da o kadar yüksek demektir. Dolayısıyla alternatifler büyüklük sırasına göre sıralanarak analiz tamamlanmaktadır.

4. ARAS YÖNTEMİ

Tipik bir çok kriterli karar verme problemi, her biri aynı anda dikkate alınması gereken farklı karar kriterleri açısından açıkça tanımlanmış olan sınırlı sayıda karar alternatifini sıralama göreviyle ilgilidir. ARAS (Additive Ratio Assesment) yönteminde ise değerlendirilmesi yapılacak alternatiflerin fayda fonksiyonunu maksimum yapan değerler ile karar problemine karar verici tarafından sonradan eklenen optimum alternatifin fayda fonksiyonunu maksimum yapan değerler kıyaslanmaktadır (Zavadskas ve Turskis, 2010: 163; Arslan, 2017: 276-277).

ARAS yönteminin işlem adımları aşağıdaki gibidir (Reza ve Majid, 2013: 418-420; Fu, 2019: 165-166; Zavadskas ve Turskis, 2010: 163-165).

Adım 1: Karar Matrisinin Oluşturulması

Öncelikle karar problemlerine ilişkin alternatifler ve bu alternatifler için ilgili kriterler belirlenir. ARAS yönteminde diğer yöntemlerden farklı olarak başlangıç karar matrisinde optimal değerleri gösteren bir satır bulunmaktadır.

$$X = \begin{bmatrix} x_{01} & x_{0j} & \dots & x_{0n} \\ x_{i1} & x_{ij} & \dots & x_{in} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ x_{m1} & x_{mj} & & x_{mn} \end{bmatrix} \quad i=0, 1, \dots, m \quad j=0, 1, \dots, n \quad (9)$$

Burada m alternatif sayısını, n ise kriter sayısını göstermektedir. Karar matrisinde bulunan X_{ij} i. alternatifin j. kritere göre değerini göstermektedir. X_{0j} ise j. kriterin optimal değerini ifade etmektedir.

Eğer kriterlere ait optimal değer bilinmiyorsa, kriterin fayda (maksimizasyon) veya maliyet (minimizasyon) özelliğine göre değerler hesaplanır (Zavadskas ve Turskis, 2010: 163).

$$X_{0j} = \max_i x_{ij} \quad \text{Eğer kriterin fayda durumu söz konusu ise.} \quad (10)$$

$$X_{0j} = \min_i x_{ij} \quad \text{Eğer kriterin maliyet durumu söz konusu ise.} \quad (11)$$

Adım 2: Normalize Karar Matrisinin Oluşturulması

Kriter değerlerinin farklı ölçek ve birimlerde olabileceği dikkate alındığında onların ortak bir birime dönüştürülmesi ve serilerin karşılaştırılabilir olması gerekmektedir. Kriterlerin fayda (maksimizasyon) ve maliyet (minimizasyon) durumlarına göre normalizasyon aşağıdaki formüller yardımıyla yapılmaktadır.

$$\bar{X}_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sum_{i=0}^m x_{ij}} \quad \text{Eğer kriterin fayda durumu söz konusu ise.} \quad (12)$$

$$\bar{X}_{ij} = \frac{\frac{1}{x_{ij}}}{\sum_{i=0}^m \frac{1}{x_{ij}}} \quad \text{Eğer kriterin maliyet durumu söz konusu ise.} \quad (13)$$

Normalizasyon işleminden sonra normalize edilmiş karar matrisi aşağıdaki gibi oluşturulmaktadır.

$$\bar{X} = \begin{bmatrix} \bar{X}_{01} & \bar{X}_{0j} & \dots & \bar{X}_{0n} \\ \bar{X}_{i1} & \bar{X}_{ij} & \dots & \bar{X}_{in} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ \bar{X}_{m1} & \bar{X}_{mj} & & \bar{X}_{mn} \end{bmatrix} \quad i=0, 1, \dots, m \quad j=0, 1, \dots, n \quad (14)$$

Adım 3: Ağırlıklı Normalize Karar Matrisinin Oluşturulması

Normalizasyon işleminden sonra kriterlere ait önem katsayıları kullanılarak ağırlıklı normalize karar matrisi elde edilir. Kriterlere ait önem değerleri $0 < w_j < 1$ koşulunu sağlamalıdır. Ayrıca ağırlıklar toplamı da Eşitlik (15) deki gibi sınırlandırılır.

$$\sum_{j=1}^n w_j = 1 \quad (15)$$

Eşitlik (16) da ifade edilen formül yardımı ile normalize edilmiş karar matrisinin elemanları kullanılarak \hat{X}_{ij} ağırlıklı normalize edilmiş karar matrisinin elemanları oluşur.

$$\hat{X}_{ij} = \bar{X}_{ij} \cdot w_j \quad i=0, 1, \dots, m \quad (16)$$

Hesaplanan \hat{X}_{ij} ağırlıklı normalize değerler \hat{X} ağırlıklı normalize karar matrisini oluşturur.

$$\hat{X} = \begin{bmatrix} \hat{X}_{01} & \hat{X}_{0j} & \dots & \hat{X}_{0n} \\ \hat{X}_{i1} & \hat{X}_{ij} & \dots & \hat{X}_{in} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ \hat{X}_{m1} & \hat{X}_{mj} & & \hat{X}_{mn} \end{bmatrix} \quad i=0, 1, \dots, m \quad j=0, 1, \dots, n \quad (17)$$

Adım 4: Alternatiflerin Optimallik Fonksiyon Değerlerinin Hesaplanması

Bu adımda her bir alternatif için optimallik fonksiyon değeri hesaplanır ve alternatiflerin değerlendirilmesi yapılır. S_i i. alternatifin optimallik fonksiyon değerini gösterir ve aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır.

$$S_i = \sum_{j=1}^n \hat{x}_{ij} \quad i=0, 1, \dots, m \quad (18)$$

Hesaplanan S_i değerlerinin büyük değerli olanları daha etkin alternatifleri ifade etmektedir. Alternatiflerin S_i değerleri S_0 optimum değerlerine bölünerek K_i fayda değerleri bulunur.

$$K_i = \frac{S_i}{S_0} \quad i=0, 1, \dots, m \quad (19)$$

Elde edilen K_i fayda değerleri büyükten küçüğe doğru sıralanarak alternatifler arasında sıralama yapılır.

5. ÇALIŞMANIN KAPSAMI, VERİLER VE YÖNTEM

Gıda ve içecek sektörü, temel insan ihtiyaçlarını karşılayacak ürünleri üreterek önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Ülke ekonomileri içinde başta gelen sektörlerden biri olan gıda ve

içecek sekt6r6 aynı zamanda en eski sanayi kollarından birini de oluşturmaktadır. Bu alışmada, Borsa İstanbul'da (BİST) işlem g6ren gıda ve içecek sekt6r6 işletmelerinin nakit akımına dayalı finansal performanslarının çok kriterli karar verme y6ntemlerinden TOPSIS ve ARAS y6ntemleri yardımıyla belirlenmesi amaçlanmıştır.

Çalışma kapsamına Borsa İstanbul'da (BİST) işlem g6ren, gıda ve içecek sekt6r6nde faaliyet g6steren 25 işletme dahil edilmiştir. S6z konusu işletmeler Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Çalışma Kapsamına Alınan İşletmeler

BİST Kodu	İşletme Adı
ALYAG	Altınyayğ Kombinaları A.ř.
AVOD	A.V.O.D. Kurtulmuş Gıda ve Tarım r6nleri A.ř.
BANVT	Banvit Bandırma Vitaminli Yem Sanayii A.ř.
CCOLA	Coca-Cola İçecek A.ř.
DARDL	Dardenel 6nentaş Gıda Sanayi A.ř.
ERSU	Ersu Meyve ve Gıda Sanayi A.ř.
FRIGO	Frişo-Pak Gıda Maddeleri Sanayi ve Ticaret A.ř.
KRSAN	Karsusan Karadeniz Su r6nleri Sanayi A.ř.
KENT	Kent Gıda Maddeleri Sanayii ve Ticaret A.ř.
KERT	Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.ř.
KNFRT	Konfort Gıda Sanayi ve Ticaret A.ř.
KRSTL	Kristal Kola ve Meşrubat Sanayi Ticaret A.ř.
MERKO	Merko Gıda Sanayi ve Ticaret A.ř.
OYLUM	Oylum Sınai Yatırımlar A.ř.
PENGD	Penguen Gıda Sanayi A.ř.
PETUN	Pınar Entegre Et ve Un Sanayii A.ř.
PINSU	Pınar Su Sanayi ve Ticaret A.ř.
PNSUT	Pınar S6t Mam6lleri Sanayii A.ř.
SELGD	Selçuk Gıda End6stri İhracat İthalat A.ř.
TATGD	Tat Gıda Sanayi A.ř.
TKURU	Taze Kuru Gıda Sanayi ve Ticaret A.ř.
TUKAS	Tukaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.ř.
ULUUN	Ulusoy Un Sanayi ve Ticaret A.ř.
ULKER	lker Bisk6vi Sanayi A.ř.
VANGD	Van Et Gıda Sanayi İ ve Dış Ticaret A.ř.

Çalışmada 2013-2017 yılları arasındaki 5 yıllık d6nem analiz d6nemi olarak belirlenmiştir. Analiz d6neminin belirlenmesinde kapsama alınacak işletme ve bu işletmelere ait veri miktarının m6mk6n olabildiğince fazla olması dikkate alınmıştır. Tablo 1'de yer alan işletmelerin 2013-2017 d6nemindeki verileri yıllık bilanço, gelir tablosu ve nakit akım tablolarından olmak 6zere Kamuyu Aydınlatma Platformu'nun (KAP) internet sitesinden elde edilmiştir.

Çalışmada işletmelerin likidite, verimlilik, finansal yapı ve k6rlılık gibi durumlarını yansıtan nakit akım oranları kullanılmıştır. Analizde kullanılan nakit akım oranları literat6rde sıklıkla kullanılan oranlar arasından seçilmiş olup, bu oranlar ve hesaplanma y6ntemleri Tablo 2'de g6sterilmiştir.

Tablo 2. Çalışmada Kullanılan Nakit Akım Oranları

Kod	Oran	Açıklama
K1	Nakit-Kısa Vadeli Borç Oranı	İşletme Faaliyetlerinden Nakit Akışları / Kısa Vadeli Borçlar
K2	Nakit-Toplam Varlıklar Oranı	İşletme Faaliyetlerinden Nakit Akışları / Toplam Varlıklar
K3	Nakit-Toplam Borç Oranı	İşletme Faaliyetlerinden Nakit Akışları / Toplam Borçlar
K4	Nakit-Net Satışlar Oranı	İşletme Faaliyetlerinden Nakit Akışları / Net Satışlar
K5	Nakit-Öz Kaynaklar Oranı	İşletme Faaliyetlerinden Nakit Akışları / Öz Kaynaklar
K6	Nakit-Uzun Vadeli Borç Oranı	İşletme Faaliyetlerinden Nakit Akışları / Uzun Vadeli Borçlar
K7	Nakit-Faaliyet Kârı Oranı	İşletme Faaliyetlerinden Nakit Akışları / Faaliyet Kârı
K8	Nakit Akışlarının Öz Kaynaklara Oranı	(İşletme Faaliyetlerinden Nakit Akışları + Yatırım Faaliyetlerinden Nakit Akışları + Finansal Faaliyetlerinden Nakit Akışları) / Öz Kaynaklar

İşletmelerin nakit akım oranları analiz dönemindeki her bir yıl için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Hesaplanan oranlar daha sonra TOPSIS ve ARAS yöntemleri yardımıyla analiz edilerek ilgili işletmelerin finansal performans sıralamaları her iki yöntem bazında ayrı ayrı hesaplanmıştır.

6. BULGULAR

6.1. TOPSIS Yöntemiyle Elde Edilen Bulgular

Çalışma kapsamına alınan 25 işletmenin nakit akım odaklı finansal oranları 2013-2017 dönemindeki her bir yıl için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Söz konusu veriler yardımıyla ilk önce gıda ve içecek sektörü işletmelerinin TOPSIS yöntemine göre performans sıralamaları elde edilmiştir. Analiz işlemlerinin yapılışına örnek teşkil etmesi açısından 2017 yılına ilişkin analiz süreci aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Adım 1: Karar Matrisinin (A) Oluşturulması

Çalışmada 25 karar noktası (işletmeler) ve 8 değerlendirme faktörü (nakit akım odaklı finansal oranlar) bulunmaktadır. Buna göre çalışmaya konu olan işletmelere ilişkin 2017 yılı karar matrisi (25x8) Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3. 2017 Yılına İlişkin Karar Matrisi (A)

İşletmeler	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
ALYAG	0.2730	0.2070	0.2190	0.1780	3.7850	1.1090	6.4440	-0.1400
AVOD	-0.2370	-0.0860	-0.1920	-0.1320	-0.1570	-1.0110	-1.8460	0.0170
BANVT	0.6180	0.3020	0.5570	0.1600	0.6600	5.7140	1.1440	0.0390
CCOLA	0.2970	0.0910	0.1540	0.1440	0.2250	0.3210	14.0570	0.4170
DARDL	-0.1600	-0.4030	-0.0910	-0.0990	0.1180	-0.2140	-1.0960	-0.0030
ERSU	-0.0330	-0.0040	-0.0200	-0.0220	-0.0050	-0.0490	-0.1170	0.0010
FRIGO	0.0810	0.0240	0.0340	0.0300	0.0860	0.0590	0.2430	-0.0150
KRSAN	-0.2560	-0.1210	-0.2260	-22.4440	-0.2620	-1.9310	4.3400	-0.0004
KENT	0.3140	0.1010	0.2910	0.0850	0.1560	3.9670	0.8030	-0.0140
KERVT	0.1480	0.0730	0.0940	0.1020	0.3260	0.2570	2.2970	0.5520
KNFRT	1.0120	0.2290	0.9470	0.3440	0.3020	14.5690	2.2290	0.0003
KRSTL	-0.3250	-0.0680	-0.1870	-0.0770	-0.1080	-0.4400	-1.5710	0.0500
MERKO	0.0090	0.0070	0.0080	0.0070	0.0450	0.0890	-0.0610	-0.0310
OYLUM	-0.1910	-0.0700	-0.1330	-0.1080	-0.1490	-0.4420	12.3210	0.1100
PENGD	-0.1370	-0.0910	-0.1090	-0.1230	-0.5620	-0.5250	-5.6500	0.0050
PETUN	0.6180	0.1020	0.4490	0.1030	0.1330	1.6470	1.4100	0.0010
PINSU	-0.0150	-0.0060	-0.0080	-0.0080	-0.0250	-0.0200	0.8580	-0.0250
PNSUT	0.1030	0.0310	0.0730	0.0300	0.0540	0.2490	0.6410	0.0010
SELGD	0.2530	0.0660	0.1710	0.0990	0.1070	0.5290	0.7110	0.0009
TATGD	0.0630	0.0210	0.0580	0.0160	0.0350	0.7790	0.2440	-0.0610
TKURU	-1.0870	-0.2360	-0.3500	-0.4940	-0.7240	-0.5170	-4.0120	-0.0490
TUKAS	-0.2080	-0.1110	-0.1800	-0.1750	-0.2920	-1.3360	-1.6060	0.0240
ULUUN	0.0070	0.0040	0.0060	0.0020	0.0210	0.0490	0.0690	0.5530
ULKER	0.3560	0.0850	0.1260	0.1480	0.2640	0.1960	1.1990	0.3370
VANGD	-1.4560	-0.3560	-1.1600	-34.6050	-0.5140	-5.7070	10.4930	0.1370

Adım 2: Normalize Edilmiş Karar Matrisinin (R) Oluşturulması

Eşitlik (2) kullanılarak hesaplanan normalize edilmiş karar matrisi Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4. 2017 Yılına İlişkin Normalize Edilmiş Karar Matrisi (R)

İşletmeler	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
ALYAG	0.1120	0.2605	0.1207	0.0043	0.9324	0.0634	0.2642	-0.1428
AVOD	-0.0973	-0.1082	-0.1058	-0.0032	-0.0387	-0.0578	-0.0757	0.0173
BANVT	0.2536	0.3801	0.3071	0.0039	0.1626	0.3267	0.0469	0.0398
COLLA	0.1219	0.1145	0.0849	0.0035	0.0554	0.0184	0.5763	0.4253
DARDL	-0.0657	-0.5072	-0.0502	-0.0024	0.0291	-0.0122	-0.0449	-0.0031
ERSU	-0.0135	-0.0050	-0.0110	-0.0005	-0.0012	-0.0028	-0.0048	0.0010
FRIGO	0.0332	0.0302	0.0187	0.0007	0.0212	0.0034	0.0100	-0.0153
KRSAN	-0.1051	-0.1523	-0.1246	-0.5441	-0.0645	-0.1104	0.1779	-0.0004
KENT	0.1289	0.1271	0.1604	0.0021	0.0384	0.2268	0.0329	-0.0143
KERT	0.0607	0.0919	0.0518	0.0025	0.0803	0.0147	0.0942	0.5629
KNFRT	0.4153	0.2882	0.5220	0.0083	0.0744	0.8331	0.0914	0.0003
KRSTL	-0.1334	-0.0856	-0.1031	-0.0019	-0.0266	-0.0252	-0.0644	0.0510
MERKO	0.0037	0.0088	0.0044	0.0002	0.0111	0.0051	-0.0025	-0.0316
OYLUM	-0.0784	-0.0881	-0.0733	-0.0026	-0.0367	-0.0253	0.5051	0.1122
PENGD	-0.0562	-0.1145	-0.0601	-0.0030	-0.1385	-0.0300	-0.2316	0.0051
PETUN	0.2536	0.1284	0.2475	0.0025	0.0328	0.0942	0.0578	0.0010
PINSU	-0.0062	-0.0076	-0.0044	-0.0002	-0.0062	-0.0011	0.0352	-0.0255
PNSUT	0.0423	0.0390	0.0402	0.0007	0.0133	0.0142	0.0263	0.0010
SELGD	0.1038	0.0831	0.0943	0.0024	0.0264	0.0302	0.0291	0.0009
TATGD	0.0259	0.0264	0.0320	0.0004	0.0086	0.0445	0.0100	-0.0622
TKURU	-0.4461	-0.2970	-0.1929	-0.0120	-0.1784	-0.0296	-0.1645	-0.0500
TUKAS	-0.0854	-0.1397	-0.0992	-0.0042	-0.0719	-0.0764	-0.0658	0.0245
ULUUN	0.0029	0.0050	0.0033	0.0000	0.0052	0.0028	0.0028	0.5640
ULKER	0.1461	0.1070	0.0695	0.0036	0.0650	0.0112	0.0492	0.3437
VANGD	-0.5975	-0.4480	-0.6395	-0.8388	-0.1266	-0.3263	0.4302	0.1397

Adım 3: Ağırlıklandırılmış Normalize Edilmiş Karar Matrisinin (V) Oluşturulması

Çalışmada her bir değerlendirme kriterinin eşit ağırlığa ($1/8= 0.125$) sahip olduğu varsayılmış ve işlemlere bu doğrultuda devam edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre oluşturulan ağırlıklı normalize karar matrisi Tablo 5’de gösterilmiştir.

Tablo 5. 2017 Yılına İlişkin Ağırlıklı Normalize Edilmiş Karar Matrisi (V)

İşletmeler	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
ALYAG	0.0140	0.0326	0.0151	0.0005	0.1166	0.0079	0.0330	-0.0179
AVOD	-0.0122	-0.0135	-0.0132	-0.0004	-0.0048	-0.0072	-0.0095	0.0022
BANVT	0.0317	0.0475	0.0384	0.0005	0.0203	0.0408	0.0059	0.0050
CCOLA	0.0152	0.0143	0.0106	0.0004	0.0069	0.0023	0.0720	0.0532
DARDL	-0.0082	-0.0634	-0.0063	-0.0003	0.0036	-0.0015	-0.0056	-0.0004
ERSU	-0.0017	-0.0006	-0.0014	-0.0001	-0.0002	-0.0004	-0.0006	0.0001
FRIGO	0.0042	0.0038	0.0023	0.0001	0.0026	0.0004	0.0012	-0.0019
KRSAN	-0.0131	-0.0190	-0.0156	-0.0680	-0.0081	-0.0138	0.0222	-0.0001
KENT	0.0161	0.0159	0.0201	0.0003	0.0048	0.0284	0.0041	-0.0018
KERTV	0.0076	0.0115	0.0065	0.0003	0.0100	0.0018	0.0118	0.0704
KNFRT	0.0519	0.0360	0.0653	0.0010	0.0093	0.1041	0.0114	0.0000
KRSTL	-0.0167	-0.0107	-0.0129	-0.0002	-0.0033	-0.0031	-0.0081	0.0064
MERKO	0.0005	0.0011	0.0006	0.0000	0.0014	0.0006	-0.0003	-0.0040
OYLUM	-0.0098	-0.0110	-0.0092	-0.0003	-0.0046	-0.0032	0.0631	0.0140
PENGD	-0.0070	-0.0143	-0.0075	-0.0004	-0.0173	-0.0038	-0.0290	0.0006
PETUN	0.0317	0.0160	0.0309	0.0003	0.0041	0.0118	0.0072	0.0001
PINSU	-0.0008	-0.0009	-0.0006	0.0000	-0.0008	-0.0001	0.0044	-0.0032
PNSUT	0.0053	0.0049	0.0050	0.0001	0.0017	0.0018	0.0033	0.0001
SELGD	0.0130	0.0104	0.0118	0.0003	0.0033	0.0038	0.0036	0.0001
TATGD	0.0032	0.0033	0.0040	0.0000	0.0011	0.0056	0.0013	-0.0078
TKURU	-0.0558	-0.0371	-0.0241	-0.0015	-0.0223	-0.0037	-0.0206	-0.0063
TUKAS	-0.0107	-0.0175	-0.0124	-0.0005	-0.0090	-0.0096	-0.0082	0.0031
ULUUN	0.0004	0.0006	0.0004	0.0000	0.0006	0.0004	0.0004	0.0705
ULKER	0.0183	0.0134	0.0087	0.0004	0.0081	0.0014	0.0061	0.0430
VANGD	-0.0747	-0.0560	-0.0799	-0.1049	-0.0158	-0.0408	0.0538	0.0175

Adım 4: Pozitif İdeal (A^+) ve Negatif İdeal (A^-) Çözüm Kümelerinin Oluşturulması

Pozitif ideal çözüm kümesi (A^+) için V matrisinin her bir sütunundaki en büyük değer, negatif ideal çözüm kümesi (A^-) için V matrisinin her bir sütunundaki en küçük değer seçilmiş ve kümeler aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

Tablo 6. 2017 Yılına İlişkin İdeal (A^+) ve Negatif İdeal (A^-) Çözümün Belirlenmesi

(A^+)	0.0519	0.0475	0.0653	0.0010	0.1166	0.1041	0.0720	0.0705
(A^-)	-0.0747	-0.0634	-0.0799	-0.1049	-0.0223	-0.0408	-0.0290	-0.0179

Adım 5: Alternatifler Arasındaki Mesafe Ölçütlerinin Hesaplanması

Bu işlem adımı her bir alternatifin pozitif ideal çözümden uzaklığı S^+ ve negatif ideal çözümden uzaklığı S^- hesaplanmıştır. Eşitlik (6) ve (7) kullanılarak elde edilen sonuçlar Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7. 2017 Yılına İlişkin Alternatifler Arasındaki Mesafe Ölçütleri (S^+ , S^-)

İşletme	S^+	S^-
ALYAG	0.1509	0.2504
AVOD	0.2290	0.1548
BANVT	0.1519	0.2428
CCOLA	0.1677	0.2266
DARDL	0.2366	0.1544
ERSU	0.2107	0.1723
FRIGO	0.2053	0.1789
KENT	0.1800	0.2060
KERTV	0.1793	0.2079
KNFRT	0.1424	0.2866
KRSAN	0.2384	0.1230
KRSTL	0.2250	0.1562
MERKO	0.2091	0.1749
OYLUM	0.2055	0.1847
PENGD	0.2392	0.1578
PETUN	0.1814	0.2147
PINSU	0.2100	0.1735
PNSUT	0.2024	0.1818
SELGD	0.1957	0.1914
TATGD	0.2056	0.1797
TKURU	0.2686	0.1282
TUKAS	0.2320	0.1539
ULKER	0.1814	0.2028
ULUUN	0.1960	0.1951
VANGD	0.3174	0.0905

Adım 6: İdeal Çözüme Göreli Yakınlığın Hesaplanması

Her bir alternatifin ideal çözüme göreli yakınlığı (C) Eşitlik (8) yardımıyla hesaplanmıştır.

Tablo 8. 2017 Yılına İlişkin Alternatiflerin İdeal Çözümüne Göre Yakınlık Değerleri (C)

İşletme	S ⁺	S ⁻	C ⁺	Sıra
ALYAG	0.1509	0.2504	0.6240	2
AVOD	0.2290	0.1548	0.4034	19
BANVT	0.1519	0.2428	0.6151	3
CCOLA	0.1677	0.2266	0.5747	4
DARDL	0.2366	0.1544	0.3948	22
ERSU	0.2107	0.1723	0.4498	17
FRIGO	0.2053	0.1789	0.4656	14
KENT	0.1800	0.2060	0.5337	7
KERVT	0.1793	0.2079	0.5368	6
KNFRT	0.1424	0.2866	0.6681	1
KRSAN	0.2384	0.1230	0.3403	23
KRSTL	0.2250	0.1562	0.4097	18
MERKO	0.2091	0.1749	0.4554	15
OYLUM	0.2055	0.1847	0.4734	11
PENGD	0.2392	0.1578	0.3974	21
PETUN	0.1814	0.2147	0.5420	5
PINSU	0.2100	0.1735	0.4524	16
PNSUT	0.2024	0.1818	0.4731	12
SELGD	0.1957	0.1914	0.4945	10
TATGD	0.2056	0.1797	0.4664	13
TKURU	0.2686	0.1282	0.3231	24
TUKAS	0.2320	0.1539	0.3987	20
ULKER	0.1814	0.2028	0.5278	8
ULUUN	0.1960	0.1951	0.4989	9
VANGD	0.3174	0.0905	0.2219	25

2017 yılında, KNFRT firması en yüksek C değeriyle 1. sırada yer alırken, VANGD ise en düşük C değeriyle son sırada yer almıştır. Analiz kapsamına alınan işletmelerin 2013-2017 dönemine ilişkin TOPSIS analizi sonuçları ve bu sonuçlara göre belirlenen performans sıralama değerleri Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9. Çalışma Kapsamına Alınan İşletmelerin 2013-2017 Dönemine İlişkin “C” Değerleri ve Sıralamaları

İşletmeler	2013		2014		2015		2016		2017	
	C	Sıra	C	Sıra	C	Sıra	C	Sıra	C	Sıra
ALYAG	0.3970	22	0.4969	16	0.3868	10	0.4030	5	0.6240	2
AVOD	0.4518	19	0.5336	11	0.3446	14	0.2268	24	0.4034	19
BANVT	0.5312	4	0.6094	4	0.3345	17	0.3835	8	0.6151	3
CCOLA	0.5279	6	0.5403	9	0.4757	3	0.4029	6	0.5747	4
DARDL	0.6557	2	0.3979	22	0.4569	7	0.3918	7	0.3948	22
ERSU	0.4662	14	0.4964	17	0.3445	15	0.2941	17	0.4498	17
FRIGO	0.4322	21	0.4406	21	0.3380	16	0.2959	16	0.4656	14
KENT	0.4880	10	0.6459	2	0.6736	1	0.2096	25	0.5337	7
KERT	0.4579	17	0.4817	20	0.4707	4	0.2581	21	0.5368	6
KNFRT	0.4740	12	0.7434	1	0.3330	18	0.3047	12	0.6681	1
KRSAN	0.4630	16	0.6220	3	0.3053	20	0.3095	11	0.3403	23
KRSTL	0.3658	24	0.5129	14	0.2822	22	0.4290	3	0.4097	18
MERKO	0.4979	9	0.5494	6	0.3549	13	0.2765	18	0.4554	15
OYLUM	0.4548	18	0.5337	10	0.3613	12	0.2993	15	0.4734	11
PENGD	0.4721	13	0.4930	18	0.3262	19	0.2575	22	0.3974	21
PETUN	0.5391	3	0.5419	8	0.4480	8	0.3521	9	0.5420	5
PINSU	0.4789	11	0.4860	19	0.3876	9	0.2468	23	0.4524	16
PNSUT	0.5309	5	0.5289	12	0.4614	5	0.3248	10	0.4731	12
SELGD	0.4659	15	0.5495	5	0.1914	25	0.2680	19	0.4945	10
TATGD	0.5008	7	0.5457	7	0.3644	11	0.4034	4	0.4664	13
TKURU	0.2744	25	0.3092	24	0.2750	23	0.2995	14	0.3231	24
TUKAS	0.4389	20	0.5278	13	0.2934	21	0.3000	13	0.3987	20
ULKER	0.4989	8	0.5114	15	0.4600	6	0.4622	2	0.5278	8
ULUUN	0.6604	1	0.3663	23	0.1931	24	0.2666	20	0.4989	9
VANGD	0.3841	23	0.2651	25	0.5973	2	0.6315	1	0.2219	25

Tablo 9’da Borsa İstanbul’da işlem gören gıda ve içecek sektörü işletmelerinin TOPSIS yöntemiyle hesaplanan 2013-2017 yılları arasındaki finansal performans sıralaması yer almaktadır. Tablodan anlaşılacağı üzere işletmelerin TOPSIS yöntemiyle hesaplanan “C” değerleri yıllara göre farklılık göstermiş ve analiz döneminin tamamında en iyi performansa sahip olup bu durumunu tüm yıllarda sürdürebilen bir işletme olmadığı gözlemlenmiştir.

Analiz edilen dönemin tamamı değerlendirildiğinde beş yıllık periyotta en iyi performansı 2013 yılında ULUUN, 2014 ve 2017 yıllarında KNFRT, 2015 yılında KENT ve 2016 yılında da VANGD işletmeleri göstermiştir. CCOLA ve PETUN işletmeleri analiz dönemindeki tüm yıllarda, BANVT işletmesi 2015, ULKER de 2014 yılı hariç diğer yıllarda performans sıralamasında ilk on işletme içinde yer alarak önemli bir başarı sergilemişlerdir.

Analiz döneminin tamamına bakıldığında ALYAG ve FRIGO işletmelerinin istikrarlı bir şekilde performans artışı gösterdiği görülmektedir. PENGD işletmesi de analiz döneminin başlangıcına kıyasla ilerleyen yıllarda performans düşüşü sergileyerek 2017 yılında 21. sıraya gerilemiştir. Diğer taraftan beş yıllık periyotta TKURU işletmesi performans sıralamasında genel olarak son sıralarda yer almasına karşın 2016 yılında bir performans artışı sergileyerek 14. sıraya kadar yükselmesine rağmen bu başarısını sürdürememiş ve 2017 yılında 24. sıraya gerilemiştir.

6.2. ARAS Yöntemine Göre Elde Edilen Bulgular

Çalışmada 25 gıda ve içecek işletmesinin finansal performansları ARAS yöntemi ile de analiz edilmiştir. ARAS yönteminin işlem adımlarına örnek olması açısından 2017 yılı analiz süreci aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Adım 1: Karar Matrisinin Oluşturulması

ARAS yönteminin bu aşamasında ilk satırda kriterlere ilişkin optimal değerlerin, diğer satırlarda işletmelerin, sütunlarda ise kriterlerin yer aldığı karar matrisi oluşturulmuş ve Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10. 2017 Yılına İlişkin Kriterlere Ait Karar Matrisi

	Mak. K1	Mak. K2	Mak. K3	Mak. K4	Mak. K5	Mak. K6	Mak. K7	Mak. K8
Optimal Değer	1.012	0.302	0.947	0.344	3.785	14.569	14.057	0.553
ALYAG	0.273	0.207	0.219	0.178	3.785	1.109	6.444	-0.140
AVOD	-0.237	-0.086	-0.192	-0.132	-0.157	-1.011	-1.846	0.017
BANVT	0.618	0.302	0.557	0.160	0.660	5.714	1.144	0.039
CCOLA	0.297	0.091	0.154	0.144	0.225	0.321	14.057	0.417
DARDL	-0.160	-0.403	-0.091	-0.099	0.118	-0.214	-1.096	-0.003
ERSU	-0.033	-0.004	-0.020	-0.022	-0.005	-0.049	-0.117	0.001
FRIGO	0.081	0.024	0.034	0.030	0.086	0.059	0.243	-0.015
KRSAN	-0.256	-0.121	-0.226	-22.444	-0.262	-1.931	4.340	0.000
KENT	0.314	0.101	0.291	0.085	0.156	3.967	0.803	-0.014
KERVT	0.148	0.073	0.094	0.102	0.326	0.257	2.297	0.552
KNFRT	1.012	0.229	0.947	0.344	0.302	14.569	2.229	0.000
KRSTL	-0.325	-0.068	-0.187	-0.077	-0.108	-0.440	-1.571	0.050
MERKO	0.009	0.007	0.008	0.007	0.045	0.089	-0.061	-0.031
OYLUM	-0.191	-0.070	-0.133	-0.108	-0.149	-0.442	12.321	0.110
PENGD	-0.137	-0.091	-0.109	-0.123	-0.562	-0.525	-5.650	0.005
PETUN	0.618	0.102	0.449	0.103	0.133	1.647	1.410	0.001
PINSU	-0.015	-0.006	-0.008	-0.008	-0.025	-0.020	0.858	-0.025
PNSUT	0.103	0.031	0.073	0.030	0.054	0.249	0.641	0.001
SELGD	0.253	0.066	0.171	0.099	0.107	0.529	0.711	0.001
TATGD	0.063	0.021	0.058	0.016	0.035	0.779	0.244	-0.061
TKURU	-1.087	-0.236	-0.350	-0.494	-0.724	-0.517	-4.012	-0.049
TUKAS	-0.208	-0.111	-0.180	-0.175	-0.292	-1.336	-1.606	0.024
ULUUN	0.007	0.004	0.006	0.002	0.021	0.049	0.069	0.553
ULKER	0.356	0.085	0.126	0.148	0.264	0.196	1.199	0.337
VANGD	-1.456	-0.356	-1.160	-34.605	-0.514	-5.707	10.493	0.137

Adım 2: Normalize Karar Matrisinin Oluşturulması

Bu adımda normalize karar matrisi oluşturulmuştur. Kriterlerin fayda durumu dikkate alınarak ve Eşitlik (12) kullanılarak Tablo 11 oluşturulmuştur.

Tablo 11. 2017 Yılına İlişkin Normalize Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
Optimal Değer	0.956	3.247	0.641	-0.006	0.518	0.457	0.244	0.225
ALYAG	0.258	2.226	0.148	-0.003	0.518	0.035	0.112	-0.057
AVOD	-0.224	-0.925	-0.130	0.002	-0.022	-0.032	-0.032	0.007
BANVT	0.584	3.247	0.377	-0.003	0.090	0.179	0.020	0.016
CCOLA	0.280	0.978	0.104	-0.003	0.031	0.010	0.244	0.170
DARDL	-0.151	-4.333	-0.062	0.002	0.016	-0.007	-0.019	-0.001
ERSU	-0.031	-0.043	-0.014	0.000	-0.001	-0.002	-0.002	0.000
FRIGO	0.076	0.258	0.023	-0.001	0.012	0.002	0.004	-0.006
KRSAN	-0.242	-1.301	-0.153	0.397	-0.036	-0.061	0.075	0.000
KENT	0.297	1.086	0.197	-0.002	0.021	0.124	0.014	-0.006
KERTV	0.140	0.785	0.064	-0.002	0.045	0.008	0.040	0.224
KNFRT	0.956	2.462	0.641	-0.006	0.041	0.457	0.039	0.000
KRSTL	-0.307	-0.731	-0.127	0.001	-0.015	-0.014	-0.027	0.020
MERKO	0.008	0.075	0.005	0.000	0.006	0.003	-0.001	-0.013
OYLUM	-0.180	-0.753	-0.090	0.002	-0.020	-0.014	0.214	0.045
PENGD	-0.129	-0.978	-0.074	0.002	-0.077	-0.016	-0.098	0.002
PETUN	0.584	1.097	0.304	-0.002	0.018	0.052	0.024	0.000
PINSU	-0.014	-0.065	-0.005	0.000	-0.003	-0.001	0.015	-0.010
PNSUT	0.097	0.333	0.049	-0.001	0.007	0.008	0.011	0.000
SELGD	0.239	0.710	0.116	-0.002	0.015	0.017	0.012	0.000
TATGD	0.059	0.226	0.039	0.000	0.005	0.024	0.004	-0.025
TKURU	-1.026	-2.538	-0.237	0.009	-0.099	-0.016	-0.070	-0.020
TUKAS	-0.196	-1.194	-0.122	0.003	-0.040	-0.042	-0.028	0.010
ULUUN	0.007	0.043	0.004	0.000	0.003	0.002	0.001	0.225
ULKER	0.336	0.914	0.085	-0.003	0.036	0.006	0.021	0.137
VANGD	-1.375	-3.828	-0.785	0.613	-0.070	-0.179	0.182	0.056

Adım 3: Ağırlıklı Normalize Karar Matrisinin Oluşturulması

Bu adımda alternatiflere ilişkin kriterler, önem düzeyini gösteren ağırlık katsayıları ile çarpılarak Tablo 12'de yer alan ağırlıklı normalize karar matrisi elde edilmiştir. Kriterlerin her birinin eşit ağırlığa sahip olduğu varsayımı altında her bir kriterin ağırlığı 0.125 olarak belirlenmiştir.

Tablo 12. 2017 Yılına İlişkin Ağırlıklı Normalize Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
Optimal Değer	0.1195	0.4059	0.0801	-0.0008	0.0648	0.0571	0.0305	0.0281
ALYAG	0.0322	0.2782	0.0185	-0.0004	0.0648	0.0043	0.0140	-0.0071
AVOD	-0.0280	-0.1156	-0.0162	0.0003	-0.0027	-0.0040	-0.0040	0.0009
BANVT	0.0729	0.4059	0.0471	-0.0004	0.0113	0.0224	0.0025	0.0020
CCOLA	0.0351	0.1223	0.0130	-0.0003	0.0039	0.0013	0.0305	0.0212
DARDL	-0.0189	-0.5417	-0.0077	0.0002	0.0020	-0.0008	-0.0024	-0.0002
ERSU	-0.0039	-0.0054	-0.0017	0.0000	-0.0001	-0.0002	-0.0003	0.0001
FRIGO	0.0096	0.0323	0.0029	-0.0001	0.0015	0.0002	0.0005	-0.0008
KRSAN	-0.0302	-0.1626	-0.0191	0.0497	-0.0045	-0.0076	0.0094	0.0000
KENT	0.0371	0.1358	0.0246	-0.0002	0.0027	0.0155	0.0017	-0.0007
KERTV	0.0175	0.0981	0.0080	-0.0002	0.0056	0.0010	0.0050	0.0281
KNFRT	0.1195	0.3078	0.0801	-0.0008	0.0052	0.0571	0.0048	0.0000
KRSTL	-0.0384	-0.0914	-0.0158	0.0002	-0.0019	-0.0017	-0.0034	0.0025
MERKO	0.0011	0.0094	0.0007	0.0000	0.0008	0.0003	-0.0001	-0.0016
OYLUM	-0.0225	-0.0941	-0.0113	0.0002	-0.0026	-0.0017	0.0267	0.0056
PENGD	-0.0162	-0.1223	-0.0092	0.0003	-0.0096	-0.0021	-0.0123	0.0003
PETUN	0.0729	0.1371	0.0380	-0.0002	0.0023	0.0065	0.0031	0.0001
PINSU	-0.0018	-0.0081	-0.0007	0.0000	-0.0004	-0.0001	0.0019	-0.0013
PNSUT	0.0122	0.0417	0.0062	-0.0001	0.0009	0.0010	0.0014	0.0001
SELGD	0.0299	0.0887	0.0145	-0.0002	0.0018	0.0021	0.0015	0.0000
TATGD	0.0074	0.0282	0.0049	0.0000	0.0006	0.0031	0.0005	-0.0031
TKURU	-0.1283	-0.3172	-0.0296	0.0011	-0.0124	-0.0020	-0.0087	-0.0025
TUKAS	-0.0246	-0.1492	-0.0152	0.0004	-0.0050	-0.0052	-0.0035	0.0012
ULUUN	0.0008	0.0054	0.0005	0.0000	0.0004	0.0002	0.0002	0.0281
ULKER	0.0420	0.1142	0.0107	-0.0003	0.0045	0.0008	0.0026	0.0171
VANGD	-0.1719	-0.4785	-0.0981	0.0766	-0.0088	-0.0224	0.0228	0.0070

Adım 4: Optimallik Fonksiyon Değerlerinin Hesaplanması

Ağırlıklandırılmış normalize karar matrisi elde edildikten sonra her bir alternatif için optimallik fonksiyon değeri hesaplanmaktadır. Alternatiflerin Eşitlik (18) kullanılarak S_i değerleri ve Eşitlik (19) kullanılarak K_i fayda değerleri hesaplanmış ve sonuçlar Tablo 13'de gösterilmiştir.

Tablo 13. 2017 Yılına İlişkin Optimallik Fonksiyon Değerleri

	S _i	K _i	Sıra
Optimal Değer	0.785		
ALYAG	0.405	0.515	3
AVOD	-0.169	-0.216	20
BANVT	0.564	0.718	2
CCOLA	0.227	0.289	5
DARDL	-0.569	-0.725	24
ERSU	-0.011	-0.015	16
FRIGO	0.046	0.059	11
KENT	0.216	0.276	6
KERT	0.163	0.208	8
KNFRT	0.574	0.731	1
KRSAN	-0.165	-0.210	19
KRSTL	-0.150	-0.191	18
MERKO	0.011	0.013	14
OYLUM	-0.100	-0.127	17
PENG	-0.171	-0.218	21
PETUN	0.260	0.331	4
PINSU	-0.010	-0.013	15
PNSUT	0.063	0.081	10
SELGD	0.138	0.176	9
TATGD	0.042	0.053	12
TKURU	-0.500	-0.636	23
TUKAS	-0.201	-0.256	22
ULKER	0.192	0.244	7
ULUUN	0.036	0.045	13
VANGD	-0.673	-0.858	25

ARAS yöntemine göre 2017 yılında, KNFRT ilk sırada yer alarak önemli bir başarı sergilerken onu BANVT ve ALYAG işletmeleri takip etmiştir. VANGD, DARDL ve TKURU işletmeleri de sırasıyla 25, 24 ve 23. sırada yer alarak performans sıralamasında son sıralarda yer almışlardır.

Analiz kapsamına alınan işletmelerin 2013-2017 dönemine ilişkin ARAS analizi sonuçları ve bu sonuçlara göre belirlenen performans sıralama değerleri Tablo 14’de gösterilmiştir.

Tablo 14. Çalışma Kapsamına Alınan İşletmelerin 2013-2017 Dönemine İlişkin Optimallik Fonksiyon Değerleri ve Sıralamaları

İşletmeler	2013		2014		2015		2016		2017	
	K _i	Sıra	K _i	Sıra	K _i	Sıra	K _i	Sıra	K _i	Sıra
ALYAG	-0.267	21	0.005	18	-0.030	19	0.115	7	0.515	3
AVOD	-0.064	15	0.109	10	-0.021	18	-0.141	23	-0.216	20
BANVT	0.050	8	0.329	3	-0.075	21	0.175	5	0.718	2
CCOLA	0.197	5	0.093	12	0.212	7	0.178	4	0.289	5
DARDL	0.947	1	-0.272	24	0.232	6	0.085	9	-0.725	24
ERSU	-0.079	17	0.019	16	0.000	16	-0.002	16	-0.015	16
FRIGO	-0.148	19	-0.147	22	0.118	10	0.005	15	0.059	11
KENT	0.254	4	0.388	2	0.677	1	-0.155	24	0.276	6
KERVT	0.022	11	-0.002	20	0.411	2	-0.194	25	0.208	8
KNFRT	-0.011	13	0.616	1	0.042	13	0.016	12	0.731	1
KRSAN	-0.113	18	0.255	4	-0.079	22	0.065	10	-0.210	19
KRSTL	-0.360	23	0.065	14	-0.126	23	0.188	3	-0.191	18
MERKO	0.028	10	0.138	7	-0.072	20	-0.024	17	0.013	14
OYLUM	-0.070	16	0.115	8	0.084	12	0.007	14	-0.127	17
PENGD	-0.175	20	0.011	17	-0.011	17	-0.069	20	-0.218	21
PETUN	0.291	2	0.111	9	0.193	8	0.087	8	0.331	4
PINSU	-0.005	12	0.003	19	0.042	14	-0.126	22	-0.013	15
PNSUT	0.267	3	0.093	13	0.254	5	0.051	11	0.081	10
SELGD	-0.038	14	0.149	5	-0.282	25	-0.058	19	0.176	9
TATGD	0.066	7	0.148	6	0.261	4	0.171	6	0.053	12
TKURU	-1.724	25	-0.389	25	0.129	9	-0.087	21	-0.636	23
TUKAS	-0.286	22	0.108	11	0.101	11	0.009	13	-0.256	22
ULKER	0.045	9	0.055	15	0.006	15	0.287	2	0.244	7
ULUUN	0.129	6	-0.268	23	-0.208	24	-0.045	18	0.045	13
VANGD	-0.478	24	-0.126	21	0.345	3	0.588	1	-0.858	25

Tablo 14'de Borsa İstanbul'da işlem gören 25 gıda ve içecek sektörü işletmesinin ARAS yöntemiyle hesaplanan 2013-2017 yılları arasındaki finansal performans sıralaması yer almaktadır. 2013 yılında DARDL, 2014 ve 2017 yıllarında KNFRT, 2015 yılında KENT ve 2016 yılında da VANGD işletmeleri performans sıralamasında ilk sırada yer alarak önemli bir başarı sergilemişlerdir. Analiz döneminde ALYAG işletmesi genel olarak performans artışı sergilemiş ve 2013 yılında 21. sırada yer almasına karşın 2017 yılında 3. sıraya kadar yükselmiştir. BANVT işletmesi 2015 yılı dışındaki yıllarda genel olarak başarılı bir performans sergileyerek ilk sıralarda yer almıştır. ERSU işletmesi ise analiz döneminde istikrarlı bir performans sergileyerek 2013 yılında 17. sırada yer alırken diğer yıllarda hep 16. sırada yer almıştır. TKURU işletmesi 2015 yılı hariç diğer yıllarda son sıralarda yer alarak genel olarak başarısız performans sergilemiştir. Diğer işletmeler ise genel olarak yıllar itibariyle değişken performans sıra değerlerine sahip olarak dalgalı bir seyir izlemişlerdir.

6.3. TOPSIS ve ARAS Yöntemlerinden Elde Edilen Bulguların Karşılaştırılması

Borsa İstanbul'da işlem gören 25 gıda ve içecek sektörü işletmesinin 2013-2017 dönemindeki nakit akımına yönelik finansal oranları kullanılarak TOPSIS ve ARAS yöntemleriyle işletmelerin

BİST Gıda ve İçecek Sektöründe Nakit Akım Odaklı Finansal Performansın TOPSIS ve ARAS Yöntemleri ile Karşılaştırmalı Ölçümü

finansal performansları ölçülmüştür. Bu çerçevede her iki yönteme göre elde edilen performans sıralamaları Tablo 15'de gösterilmiştir.

Tablo 15. TOPSIS ve ARAS Yöntemlerinin Karşılaştırmalı Sonuçları

İşletmeler	2013		2014		2015		2016		2017	
	TOPSIS Sıralama	ARAS Sıralama	TOPSIS Sıralama	ARAS Sıralama	TOPSIS Sıralama	ARAS Sıralama	TOPSIS Sıralama	ARAS Sıralama	TOPSIS Sıralama	ARAS Sıralama
ALYAG	22	21	16	18	10	19	5	7	2	3
AVOD	19	15	11	10	14	18	24	23	19	20
BANVT	4	8	4	3	17	21	8	5	3	2
CCOLA	6	5	9	12	3	7	6	4	4	5
DARDL	2	1	22	24	7	6	7	9	22	24
ERSU	14	17	17	16	15	16	17	16	17	16
FRIGO	21	19	21	22	16	10	16	15	14	11
KENT	10	4	2	2	1	1	25	24	7	6
KERVT	17	11	20	20	4	2	21	25	6	8
KNFRT	12	13	1	1	18	13	12	12	1	1
KRSAN	16	18	3	4	20	22	11	10	23	19
KRSTL	24	23	14	14	22	23	3	3	18	18
MERKO	9	10	6	7	13	20	18	17	15	14
OYLUM	18	16	10	8	12	12	15	14	11	17
PENGD	13	20	18	17	19	17	22	20	21	21
PETUN	3	2	8	9	8	8	9	8	5	4
PINSU	11	12	19	19	9	14	23	22	16	15
PNSUT	5	3	12	13	5	5	10	11	12	10
SELGD	15	14	5	5	25	25	19	19	10	9
TATGD	7	7	7	6	11	4	4	6	13	12
TKURU	25	25	24	25	23	9	14	21	24	23
TUKAS	20	22	13	11	21	11	13	13	20	22
ULKER	8	9	15	15	6	15	2	2	8	7
ULUUN	1	6	23	23	24	24	20	18	9	13
VANGD	23	24	25	21	2	3	1	1	25	25

Tablo 15 incelendiğinde her iki yöntemle elde edilen sıralamalar yıllara göre farklılık göstermiş ve her iki yöntem açısından tüm yıllarda en iyi veya en kötü performansı gösteren tek bir işletme olmadığı görülmektedir. Tablo yıllar bazında incelendiğinde finansal performans sıralamaları iki yönteme göre farklılık gösterse de genel itibariyle birbirine yakın olduğu görülmektedir.

2013 yılında TOPSIS yöntemine göre yapılan finansal performans sıralamasında ULUUN işletmesi 1. sırada yer alırken, ARAS yöntemine göre 6. sırada yer aldığı görülmektedir. ARAS yöntemine göre yapılan finansal performans sıralamasında DARDL işletmesi 1. sırada yer alırken TOPSIS yöntemine göre 2. sırada yer almaktadır. Ayrıca 2013 yılında her iki yönteme göre finansal performansı aynı olan TATGD 7. ve TKURU işletmesi ise 25. sırada olduğu gözlemlenmiştir. İşletmelerin 2013 yılında iki yönteme göre de hesaplanan finansal performans sıralamalarının genel olarak birbirine yakın olduğu tespit edilmiştir.

2014 yılında her iki yöntemle göre en iyi finansal performans sıralamasına sahip ilk iki işletme sırasıyla KNFRT ve KENT işletmeleridir. Aynı şekilde iki yöntem açısından finansal performans sıralaması aynı olan (SELGD, KRSTL, ULKER, PINSU, KERVT ve ULUUN) işletmelerin olduğu görülmektedir. 2014 yılında iki yöntemle göre işletmelerin finansal performans sıralamaları arasında önemli bir farklılığın olmadığı ve performans sıralamalarının birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Ayrıca 2014 yılında her iki yöntem sonuçları karşılaştırıldığında ilk beş ve son beş işletme içinde yer alan işletmelerin aynı olduğu gözlemlenmiştir.

2015 yılında her iki yöntemle göre en iyi finansal performansa sahip olan KENT işletmesi olduğu görülmektedir. Ayrıca aynı yılda iki yöntemle göre finansal performans sıralaması aynı olan işletmelerin PINSUT, PETUN, OYLUM, ULUUN ve SELGD olduğu belirlenmiştir.

2016 yılında iki yöntemle göre en iyi finansal performansa sahip ilk üç işletmenin sırasıyla VANGD, ULKER ve KRSTL işletmeleri olduğu görülmektedir. Ayrıca 2016 yılında her iki yöntemle göre finansal performansı aynı olan 3 işletmenin daha olduğu (KNFRT, TUKAS ve SELGD) gözlemlenmiştir. Bununla beraber 2016 yılında her iki yöntemle göre TKURU işletmesi hariç diğer işletmelerin finansal performans sıralamaları birbirine oldukça yakın hesaplanmıştır.

2017 yılı değerleri dikkate alındığında iki yöntem açısından en iyi finansal performansa sahip işletmenin KNFRT olduğu görülmektedir. Aynı şekilde KRSTL, PENGD ve VANGD işletmelerinin her iki yöntemle göre hesaplanan sıra değerleri aynıdır. 2017 yılında her iki yöntem açısından performans sıralamasında ilk beş işletme içinde yer alan işletmelerin (KNFRT, ALYAG, BANVT, COLA ve PETUN) aynı olduğu da belirlenmiştir.

Tablonun tamamı yıllar bazında iki yöntem açısından karşılaştırıldığında 2013 yılı hariç diğer dört yılda en iyi finansal performansa sahip işletmelerin aynı olduğu görülmektedir. 2014 ve 2017 yıllarında KNFRT, 2015 yılında KENT ve 2016 yılında VANGD işletmesi iki yöntemle göre de sıralamada ilk sırada yer almışlardır. Tablonun tamamı TOPSIS ve ARAS yöntemlerine göre değerlendirildiğinde işletmelerin yıllara göre finansal performans sıra değerleri değişse de bu farklılığın çok fazla olmadığı ve genel olarak işletmelerin finansal performans sıra değerlerinin birbirine yakın olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Gıda ve içecek sektörü koşullar ne olursa olsun vazgeçilmesi mümkün olmayan sektörlerin başında gelmektedir. Gıda ve içecek sektörünün her geçen yıl artan insan sayısına bağlı olarak büyümesi kaçınılmaz olmakla birlikte sektörün sağlıklı büyüyüp gelişmesi ülke ekonomileri için olduğu kadar tüm dünya içinde önem arz etmektedir. Dolayısıyla gıda ve içecek sektöründe yer alan işletmelerin finansal performanslarının belirlenmesi de bu noktada ön plana çıkmaktadır.

Bu çalışmada Borsa İstanbul'da işlem gören, gıda ve içecek sektöründe yer alan 25 işletmenin nakit akım odaklı olarak finansal performanslarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede çalışma kapsamına alınan işletmelerin 2013-2017 dönemine ilişkin mali tablolarındaki veriler yardımıyla nakit akım oranları hesaplanmıştır. Hesaplanan bu oranlar aracılığıyla TOPSIS ve ARAS yöntemleri kullanılarak her bir işletmenin finansal performans sıralaması oluşturulmuş ve karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.

Analiz edilen 2013-2017 dönemindeki beş yıllık süreçte her iki yöntemle göre elde edilen finansal performans sıralamalarında tüm yıllarda en iyi ya da en kötü performansı sergileyen tek bir işletmenin olmadığı gözlemlenmiştir. TOPSIS ve ARAS yöntemlerine göre yapılan finansal performans ölçümlerinin farklı sonuçlar verse de genel itibarıyla sıralama sonuçlarının birbirine oldukça yakın olduğu tespit edilmiştir. İki yöntem birlikte değerlendirildiğinde 2013 yılı hariç diğer dört yılda en iyi performans sırasına sahip olan işletmelerin aynı olduğu görülmektedir. 2013

yılında TOPSIS yöntemine göre ULUUN işletmesi 1. sırada iken ARAS yönteminde 6. sırada olduğu gözlemlenmiştir. Diğer taraftan 2013 yılında ARAS yöntemine göre DARDL işletmesi 1. sırada yer alırken, TOPSIS yöntemine göre bu işletme 2. sırada yer aldığı görülmektedir. İki yönteme göre 2014 ve 2017 yıllarında KNFRT, 2015 yılında KENT ve 2016 yılında VANGD 1. sırada yer alarak en iyi performans gösteren işletmeler olduğu gözlemlenmiştir.

Bu çalışmada elde edilen sonuçlar gıda ve içecek sektöründe faaliyette bulunan işletme yöneticilerine, araştırmacılara, kamu otoritelerine sektördeki işletmelerin performanslarına ilişkin faydalı bilgiler sağlayabilecektir. Nakit akım odaklı olarak gerçekleştirilen finansal analiz, geleneksel finansal oran odaklı analizin eksik yönlerini ortadan kaldırarak ilgililere işletmenin likidite yapısı ile nakit yönetimi konularında kayda değer bilgiler sağlamakta ve işletmelerin mali durumunu daha gerçekçi bir şekilde ortaya koymaktadır. Ayrıca nakit akım oranları işletmelerin analiz dönemindeki nakit varlığına ilişkin bilgi sağlamanın yanında gelecekte elde edilmesi olası nakit akımı hakkında da ilgililere fikir vermektedir.

Çalışmada aynı sektör içinde, aynı ya da farklı kriterlere farklı ağırlıklar verilmesi sonucunda çalışma kapsamına alınan işletmelerin finansal performanslarında değişiklikler olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca çalışmada tercih edilen dönem aralığının değiştirilmesi, farklı finansal oranların kullanılması, TOPSIS ve ARAS yöntemleri dışındaki diğer çok kriterli karar verme yöntemlerinden herhangi birisinin kullanılması finansal performans sıralamaları üzerinde etkili olabileceği unutulmamalıdır. Buna ek olarak çalışmada elde edilen sonuçlar, gıda ve içecek sektöründe yer alan işletmelerle gelecekte yapılacak çalışma sonuçlarıyla karşılaştırma yapabileceği da sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

- Armen, S. (2013). Performance Assessment of Major U.S. Airlines via Cash Flow Ratios, *Journal of the Faculty of Economics, University of Oradea*, 1 (2): 398-468.
- Arslan, H. M. (2017). AHP-ARAS Hibrit Yöntemi ile Lojistik İşletmelerinin En Uygun Araç Seçimi, *Alphanumeric Journal*, 5 (2): 271-282.
- Barua, S. ve Saha, A. K. (2015). Traditional Ratios vs. Cash Flow Based Ratios: Which One is Better Performance Indicator? *Advances in Economics and Business*, 3 (6): 232-251.
- Bhutia, P. W. ve Phipon, R. (2012). Application of AHP and TOPSIS Method for Supplier Selection Problem, 2 (10): 43-50.
- Das, S. (2019). Cash Flow Ratios and Financial Performance: A Comparative Study, *Accounting*, 5, 1-20.
- Ecer, F. (2019). Özel Sermayeli Bankaların Kurumsal Sürdürülebilirlik Performanslarının Değerlendirilmesine Yönelik Çok Kriterli Bir Yaklaşım: Entropi-ARAS Bütünleşik Modeli, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14 (2): 365 – 390.
- Frank, B. P. ve James, O. K. (2014). Cash Flow and Corporate Performance: A Study of Selected Food and Beverages Companies, *European Journal of Accounting Auditing and Finance Research*, 2 (7): 77-87.
- Fu, Y-K. (2019). An Integrated Approach to Catering Supplier Selection Using AHP-ARAS-MCGP Methodology, *Journal of Air Transport Management*, 75: 164-169.
- García-Cascales, M. S. ve Lamata, M. T. (2012). On Rank Reversal and TOPSIS Method, *Mathematical and Computer Modelling*, 56: 123-132.
- Genç, A., Avcı, T. ve Sevgin, H. (2017). Karadeniz Ekonomik İşbirliği Üye Ülkelerine İlişkin Etkinlik Analizi: TOPSIS, ARAS ve MOORA Yöntemleriyle Bir Uygulama, *Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies*, 4 (2): 15-40.
- Jooste, L. (2007). An Evaluation of The Usefulness of Cash Flow Ratios to Predict Financial Distress, *Acta Commercii*, 7 (1): 1-13.

- Kajananthan, R. ve Velnampy, T. (2014). Liquidity, Solvency and Profitability Analysis Using Cash Flow Ratios and Traditional Ratios: The Telecommunication Sector in Sri Lanka, *Research Journal of Finance and Accounting*, 5 (23): 163-170.
- Kaplanoğlu, E. (2018). ARAS ve COPRAS Yöntemleriyle Nakit Akışına Dayalı Performans Ölçümü: BİST Kimya, Petrol, Kauçuk ve Plastik Ürünler Sektöründe Bir Uygulama, *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 11 (2): 153-184.
- Kepçe, N. (2017). Nakit Akış Bilgilerini Farklı Şekilde Kullanarak Şirketlerin Ekonomik Özelliklerini Değerlendirebilir Miyiz? Türk İmalat Sektörü Örneği, *Bankacılık ve Finansal Araştırmalar Dergisi*, 4 (2): 62-69.
- Orçun, Ç. ve Eren, B. S. (2017). TOPSIS Yöntemi ile Finansal Performans Değerlendirmesi: XUTEK Üzerinde Bir Uygulama, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 75: 139-154.
- Ömürbek, V., Aksoy, E. ve Akçakanat, Ö. (2017). Bankaların Sürdürülebilirlik Performanslarının ARAS, MOOSRA ve COPRAS Yöntemleri ile Değerlendirilmesi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8 (19): 14-32.
- Özçelik, H. ve Küçükçakal, Z. (2019). BİST’de İşlem Gören Finansal Kiralama ve Faktoring Şirketlerinin Finansal Performanslarının TOPSIS Yöntemi ile Analizi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 81: 249-270.
- Petriashvili A. (2018). *Cash Flow Ratios’ and Liquidity Ratios’ Analysis of Selected Listed Companies in Sri Lanka*. In: Procházka D. (eds) *The Impact of Globalization on International Finance and Accounting*. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham.
- Ren, L., Zhang, Y., Wang, Y. ve Sun, Z. (2007). Comparative Analysis of a Novel M-TOPSIS Method and TOPSIS, *Applied Mathematics Research eXpress*, Vol. 2007: 1-10.
- Reza, S. ve Majid, A. (2013). Ranking Financial Institutions Based on of Trust in Online Banking Using ARAS and ANP Method, *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 6 (4): 415-423.
- Sakarya, Ş. (2008). Nakit Yönetiminde Nakit Dönüş Süresi Analizinin Kullanılması: İMKB’deki KOBİ’ler Üzerine Ampirik Bir Çalışma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (2): 227-248.
- Yıldırım, F., Yıldırım, B. I., ve Alkaya, S. (2016). Cash Flow Ratios in Financial Statements: An Application for Stone and Land Based Industry Sector, *International Journal of Innovative Research in Education*, 3 (1): 10-18.
- Zavadskas, E. K. ve Turskis, Z. (2010). A New Additive Ratio Assessment (ARAS) Method in Multicriteria Decision-Making, *Technological and Economic Development of Economy*, 16 (2): 159-172.



Üniversite Öğrencilerinin Destinasyon İmajı Algısı: Sinop İli Örneği

University Students' Perception of Destination Image: The Case of Sinop

Nurettin AYZAZ¹, Recep BAKAR²

¹Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Karabük, Türkiye
²Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük, Türkiye

ORCID

N.A.: 0000-0003-2117-2015

R.B.: 0000-0003-0854-5649

Corresponding Author:

Nurettin AYZAZ

Email:

nurettinayaz@karabuk.edu.tr

Citation: Ayaz, N. ve Bakar, R. (2020). Turizm öğrencilerinin şehir imajı algısı: Sinop ili örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 610-626.

Submitted: 17.05.2020

Accepted: 26.08.2020

Özet

Bu çalışmada üniversite öğrencileri perspektifinden Sinop ili destinasyon imajının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Sinop ili destinasyonuna ilişkin olumlu ve olumsuz yönlerin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Bu kapsamda 501 üniversite öğrencisinden anket tekniği ve kolayda örneklem yöntemi kapsamında veri toplanmıştır. Öğrencilerden toplanan verilerinin analizi sonucunda Sinop destinasyonu için öğrencilerin imaj algısında şehir güvenliği, tarihi ve coğrafi değer, şehir halkı, sağlık, konaklama ve temizlik imkanları, ulaşım imkanları, kültür, sanat ve spor etkinlikleri ve eğlence ve alışveriş imkanları önceliğinde olmak üzere yedi boyutta ulaşılmıştır. Öğrencilerin genel olarak Sinop şehri imaj algısı ortalaması ise $\bar{x}=2,78$ olarak tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda görülmüştür ki öğrenciler Sinop şehrini tarihi ve coğrafi değer yönünden görülmeye değer çok sakin ve güvenli bir şehir olarak görmekle birlikte şehir halkı, sağlık, konaklama ve temizlik imkanları, ulaşım imkanları, kültür, sanat ve spor etkinlikleri ve eğlence ve alışveriş imkanları yönünden yeterli düzeyde bulmamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Turizm, Destinasyon İmajı, Üniversite Öğrencileri, Sinop.

Abstract

This study was aimed to find out the destination image of Sinop from the perspective of university students. Besides, it is aimed to reveal the positive and negative aspects of Sinop province. In this context, data were collected from 501 university students by questionnaire technique and convenience sampling method. As a result of the analysis of the data, it is determined that the destination image perception of students for Sinop consists of seven dimensions, such as city security, historical and geographical value, locals, health, accommodation and cleaning facilities, transportation facilities, culture, art, and sporting events, entertainment and shopping opportunities. The average perception of the Sinop destination image was determined as $\bar{x}=2.78$. As a result of the study, it is seen that the students think that Sinop is a place of interest in terms of historical and geographical value. Moreover, although it was determined that students found Sinop to be a very quiet and safe city, it was considered insufficient in terms of locals, health, accommodation and cleaning facilities, transportation facilities, culture, art, and sporting events, entertainment and shopping opportunities.

Keywords: Tourism, Destination Image, University Students, Sinop.

1. GİRİŞ

Bireyin yaşamaya başladığı kentle ilk teması ile başlayan, kurduğu ilişkilerle devam eden ve bu ilişkiler sonucunda ortaya çıkan deneyimler (değer sistemleri, motivasyonları, ihtiyaçları, duyarlılıkları, önyargıları, yaşı, sosyal konumu, grup aidiyeti ve eğitim düzeyi) etrafında şekillenebilen “şehir imajı algısının” öğrenilmesi kentlerin geleceğine yönelik planlamalar için temel öncelikler arasında yer almakta ve bir kentin sürdürülebilirliği açısından önemli bir gereklilik olarak görülmektedir (Borsdorf ve Bender, 2010). Bir kentin imajı ile anlam kazanabileceğini ve imaj bilinmeden geleceğe yönelik pazarlama ve marka stratejilerinin ihtiyacı karşılamasının mümkün olmadığı öne çıkartılmaktadır (Lynch, 1960; Düvenci, 2009; Topcu ve Topcu, 2012).

Bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde toplumsal değişmelerin hızlı bir şekilde yaşanmakta olduğu dünyamızda üniversite gençliği; doğası gereği toplumun en dinamik ve değişime en açık kesimidir. Değişmelere açık ve en hızlı uyum sağlayan dinamik kesimi olarak öne çıkan toplumsal bir gruptur (Poyraz vd., 2003). Bu anlamda bu gruptan sağlanabilecek geri bildirimler önemli kazanımlar olarak görülebilir.

Bu çalışmada Sinop ilinde üniversite eğitimi almakta olan öğrencilerinin Sinop destinasyonuna ilişkin imaj algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda öğrencilere destinasyonun soyut ve somut unsurları ile avantaj ve dezavantajlarına yönelik ifadeler yöneltilmiş ve destinasyona yönelik bir geri bildirim sağlanmıştır. Sinop iline yönelik daha önce böyle bir çalışmanın yapılmaması bu çalışmayı önemli kılmaktadır. Çalışmanın öğrencilerin kent imajına yönelik davranışlarını anlama yönüyle destinasyon imajını yükseltmede yardımcı olması beklenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İktisadi, siyasi, demografik ve sosyolojik kriterleri dikkate alan bir tanımlamayla kent; nüfusu belirli bir büyüklüğü ve yoğunluğu aşan, ekonomisi daha çok tarım dışı faaliyetlerde yoğunlaşan ve kendi nüfusundan başka, etki alanı içinde yaşayanlara da hizmet sağlayan yerleşim yeridir (Şahin, 2013). Bu yerleşim yerinin tercih edilmesinde etkili olan çok sayıda ölçüt olup, bu ölçütlerden biri de o kentin imajıdır. 21. yüzyılda kent olgusu bir imaj ve tüketim alanına dönüşmüş durumdadır (Çelik, 2009). Küreselin yerele uyarlanarak özgü motiflerin, değerlerin kullanılmasını öngören global marka stratejisi (Koçoğlu ve Aydoğdu, 2017: 224) kapsamında kent imajı, şehirlerin pazarlanmasında önemli bir bileşen haline gelmektedir.

İmaj, herhangi bir nesneye, olaya, duruma, etkinliğe, bireye, örgüte, kente ve ülkeye ilişkin zihinlerde oluşan resim, harita veya izlenimler olarak tanımlanmaktadır (Bakan, 2008). İmaj; bireylerin herhangi bir obje, nesne, kurum, yer, çevre, ülke, şehir, ürün, hizmet gibi çeşitli kaynaklardan gelen bilgilere ve kişisel deneyimlere ayrıca bunlarla kurdukları bağlarla dayanan; inançları, fikirleri, izlenimleri ve algılarından oluşan zihinsel ve duygusal öğeleri bulunan davranışsal bir kavram olarak da görülmektedir (Tolungüç, 1992; Robins, 1999; Kotler, 2000; Okay, 2005; Yaraşlı, 2007; Özdemir, 2008; Kıyıcı, 2010; Avcıkurt, 2010). İmaj; coğrafi bölge araştırmalarında destinasyonun doğal ve kültürel çekicilikler ile ekonomik yönlerinin analizinde, pazarlama araştırmalarda destinasyonda yer alan rekabet avantajlarının belirlenmesinde, sosyoloji araştırmalarda ise çeşitli topluluklardaki farklı insan profillerin değerlendirilmesinde önemli bir araç olarak kabul edilmektedir (Pekyaman, 2008: 29). Kent imajı ise bir insanın bir kent ile ilgili olarak izlenim, düşünce ve kanaatlerinden oluşan inançlar topluluğudur. Kent ile ilgili hedef kitle üzerinde oluşan psikolojik özelliklerin toplamıdır (Gecikli, 2012). Paydaşların kente güvenini artırma, kente gurur duymalarını sağlama, kente yönelik yeni ve uzun vadeli yatırımlar yaparak ekonomik büyümeyi hızlandırma ve kentin pazarlama marka değerini yükseltme fırsatı sağlar

(Killingbeck ve Trueman, 2002). Bununla birlikte, mekansal ve zamansal farklılıklara göre kent algısı değişim gösterebilir (Zmudzinska-Nowak, 2003).

Günümüzde rekabet yalnızca ürünler veya firmalar arasında değil ülkeler ve kentler arasında da yaşanmaktadır. Rekabet avantajı elde etmek isteyen kentlerin marka olmalarını sağlayabilecek özelliklerini belirleyip bunlardan faydalanma yoluna gitmeleri gerekmektedir (Özdemir ve Karaca, 2009). Bu bağlamda kentler; kaynaklarını daha etkin kullanmak, yaşanabilir mekanlar yaratmak, cazibe merkezi haline gelebilmek adına kentin doğal yapısı, mimarisi ve kentte özgü düzenlenen faaliyetleri kent markası oluşturmada kullanır hale gelmiştir (Cevher, 2012). Bu süreçte kent ile ilgili direkt deneyimlerle, arkadaş, dost ve çevreden duyumlarla, üçüncü el kamu kaynakları, gazete yazıları, televizyon programları, belgeseller ve yayınlanmış araştırmalarla ve kente yönelik bilgilendirmeler, broşürler, tanıtım kitapçıkları, reklam gibi iletişim faaliyetleri ile şekillenebilen kent imajın önemi büyüktür (Gecikli, 2012). İnsanların yatırım, alışveriş, yerleşim, çalışma ve seyahat etme kararlarını etkileyebilen kent imajı (Özdemir ve Karaca, 2009) son yıllarda üniversite eğitimi bağlamında öğrencilerinin üniversite tercihinde etkili olan bir faktör haline gelmiştir (İri vd., 2011). Azoury ve arkadaşları kent imajının ve duygusal bileşenlerin öğrenci memnuniyetini artırdığına Tunçel (2009), öğrencilerin çoğunlukla kendilerine yönelik ürünler sunan işyerleri (spor kıyafet mağazası, lokanta, kafe, pastane vb.) etrafında kent imajını şekillendirdiğine ve Sağdıç (2014) ise öğrencilerin olumsuz imaj algısını trafik, kalabalık, çevre kirliliği ve çarpık kentleşme ; olumlu imaj algısında da üniversite, hareketlilik, kültür, gizem, ve fırsatların belirleyici olduğuna dikkat çekmiştir.

Bir destinasyon (turistik varış noktası) olarak nitelik kazanmış kentler için imaj daha da önem kazanan bir kavramdır. Bireylerin belirli bir yer hakkında sahip olduğu bütün nesnel bilgiler, beklentiler, izlenimler, önyargılar ve duygusal düşünceleri "destinasyon imajı" olarak adlandırılmakta (Avcıkurt, 2010: 44) ve turistlerin destinasyon seçiminde önemli bir etken olarak görülmektedir (Yüksek, 2014: 73).

Bir destinasyon için imaj; karmaşık, göreceli ve dinamik bir yapıya sahip olup, bilişsel ve duygusal değerlendirmeler olmak üzere iki bileşene dayanır. Bilişsel bileşenler; turistlerin bir varış noktası hakkındaki bilgi ve düşüncelerine atıfta bulunurken duygusal bileşenler ise turistlerin destinasyona yönelik hislerini yansıtır. Bu iki kombine bileşen etrafında oluşturulan olumlu bir destinasyon imajı; turistlerin tekrar ziyaret ve başkalarına tavsiye etme niyetini doğrudan etkiler ((Walmsley ve Young, 1998; Gallarza vd., 2002; Qu Kim ve Im, 2011).

Turizm deneyiminin gerçekleştiği yerler olarak destinasyonlar; turizm pazarlaması sürecinde en önemli odak noktalarından bir tanesini oluşturur. Bu nedenle farklı paydaşların bakış açısıyla destinasyonlara yönelik bilimsel araştırmalar önemli bir gereklilik olarak görülebilir. Turistlerin evlerinden ayrıldıkları andan geri dönüşlerine kadar memnuniyet peşinde koşmaları, destinasyonları tekrar ziyaret etme niyetini etkiler. Bu nedenle bir destinasyonda sunulan ürün ve hizmetler için farklı paydaşlardan geri bildirimler alınması ve analizi önem arz eder (Alegre ve Garau, 2010: 52).

3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Turistlerin evlerinden ayrıldıkları andan geri dönüşlerine kadar memnuniyet peşinde koşmaları, destinasyonları tekrar ziyaret etme niyetini etkiler (Alegre ve Garau, 2010: 52). Bu nedenle bir destinasyonda sunulan ürün ve hizmetler için farklı paydaşlardan geri bildirimler alınması ve analizi önem arz eder. Bir destinasyon için turizm gelişimi; faydaların en üst, maliyet ve olumsuz etkileri ise en alt seviyeye indirgenmesi ile mümkündür (Türker vd., 2016: 2).

Bu araştırmada Sinop iline üniversite eğitimi için farklı şehirlerden gelen üniversite öğrencilerinin bir destinasyon olarak Sinop'u nasıl algıladıklarının ortaya çıkarılması ve Sinop'un

turizm bağlamında gelişimine destek sağlayabilecek görüşlerinin destinasyon gelişiminde kullanılması amaçlanmaktadır. Ayrıca eğitim turizmi bağlamında destinasyon imajı konusunda turizm literatürüne katkı sağlanması hedeflenmektedir. Bu çalışma, Sinop iline üniversite eğitimi için farklı şehirlerden gelen üniversite öğrencilerinin bir destinasyon olarak Sinop'u nasıl algıladıklarının ortaya çıkarılması yönüyle önemli olup, bu öğrencilerin Sinop destinasyonu için akraba ve arkadaşlarına tavsiye etme yönüyle de önem arz etmektedir.

4. YÖNTEM

Bu çalışma; bir şehir üniversite eğitimi görmekte olan öğrencilerin bakış açısıyla şehir imajının belirlenmesine yönelik betimsel bir çalışmadır. Bu çalışmada Sinop şehrine yönelik üniversite öğrencilerinin algıları nicel ve nitel araştırma yöntemleri kapsamında ortaya konulmaktadır.

4.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2016-2017 öğretim yılında Sinop Üniversitesi'nde toplam 7.595 öğrenci öğrenim görmekte olan öğrenciler olarak öngörülmüştür. Erişilebilirlik, zaman ve maliyet kapsamında Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından öngörülen örneklem büyüklüğü tablosu kapsamında %5 hata payı ile 357 öğrenci olarak belirlenmiştir. Çalışma 501 öğrenciden sağlanan verilerle analiz edilmiştir.

4.2. Verilerin Toplanması

Çalışmada verilerin toplanmasında anket tekniğine başvurulmuştur. Araştırmada kullanılan anket ölçeği, Özdemir ve Karaca (2009) ve Demirel (2014) çalışmalarından uyarlanarak hazırlanmıştır. Ölçek, akademisyen görüşü ile desteklenerek geliştirilmiştir. Öğrencilerin eğitim gördükleri kentin destinasyon imajına yönelik algılarının ortaya çıkarılmasına yönelik geliştirilen anket formu üç bölümden oluşturulmuştur. Birinci bölümde tanımlayıcı bilgilere (cinsiyet, yaş, okuduğu okul, öğrenim şekli, okuduğu sınıf, geldiği bölge, Sinop'ta konaklama şekli, Sinoplu olma durumu, önceden Sinop'a gelme durumu) ikinci bölümde Sinop ili destinasyon imajı çağrışımı ve üçüncü bölümde ise Sinop ili destinasyon imajı algısına yönelik ifadeler yer verilmiştir. Ankette yer alan tanımlayıcı bilgilere ait ifadelerde sınıflama ölçeği, Sinop destinasyon imajı çağrışımında açık uçlu sorular, Sinop destinasyon imajı algısında ise Likert tipi aralıklı ölçek kullanılmıştır. Ölçek aralığı 1-5 olmak (1: Hiç Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Orta Düzeyde Katılıyorum, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle Katılıyorum) üzere belirlenmiştir. Anket, kolayda örnekleme yöntemi Mart-Nisan 2016 döneminde yüz yüze görüşme tekniği kapsamında 501 üniversite öğrencisine doldurtulmuştur. Güvenirlik ve faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları sonucunda ölçeğin güvenilir (0,84) ve geçerli olduğuna karar verilmiştir.

4.3. Verilerin Analizi

Bu araştırmada birinci aşamada üniversite öğrencilerinin "*Sinop ili destinasyon imajı algısının ortaya çıkarılması*" kapsamında aşağıdaki hipotezlerin test edilmesi öngörülmüştür:

H₁: Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin cinsiyetine göre anlamlı farklılık gösterir.

H₂: Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin yaşına göre anlamlı farklılık gösterir.

H₃: Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin öğrenim gördüğü okula göre anlamlı farklılık gösterir.

H₄: Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin öğrenim şekline göre anlamlı farklılık gösterir.

H₅: Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin okuduğu sınıfa göre anlamlı farklılık gösterir.

H₆: Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin geldiği bölgeye göre anlamlı farklılık gösterir.

H₇: Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin konaklama şekline göre anlamlı farklılık gösterir.

H₈: Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin Sinoplu olma durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

H₉: Sinop ili destinasyon imajı algısı, üniversite öğrenimi gören öğrencilerin önceden Sinop'a gelme durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

Araştırma hipotezlerinin test edilmesi bağlamında nicel veriler, bilgisayar ortamına aktarılarak veri tabanı oluşturulmuştur. Nicel verilerin analizinde yüzde, frekans, güvenilirlik ve faktör analizi, iki değişkenli gruplar için t testi ve ikiden fazla değişkenli gruplar için One Way Anova testi kullanılmıştır.

Bu araştırmanın ikinci aşamasında ise Sinop destinasyonu imajı çağrışımı kapsamında öğrencilerden toplanan açık uçlu soruların cevapları nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kapsamında çözümlenmiştir.

5. BULGULAR

5.1. Katılımcılara İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler

Sinop Üniversitesi öğrencileri üzerinde yapılan çalışmada katılımcıların demografik ve diğer özelliklerine yönelik tanımlayıcı bilgiler (cinsiyet, yaş, okuduğu okul, öğrenim şekli, okuduğu sınıf, geldiği bölge, Sinop'ta konaklama şekli, Sinoplu olma durumu, önceden Sinop'a gelme durumu), Tablo 1'de gösterilen biçimde belirlenmiştir.

Tablo 1. Üniversite Öğrencilerine İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler (n=501)

Değişkenler	Gruplar	f	%	Kümülatif (%)
Cinsiyet	Erkek	257	51,3	51,3
	Kadın	244	48,7	100
Yaş	18-20	280	55,9	55,9
	21-23	183	36,5	92,4
	24 ve üzeri	38	7,6	100
Okuduğu Okul	Fakülte	266	53,1	53,1
	Yüksekokul	132	26,3	79,4
	Meslek Yüksekokulu	103	20,6	100
Öğrenim Şekli	Birinci Öğretim	403	80,4	80,4
	İkinci Öğretim	98	19,6	100
Okuduğu Sınıf	1.Sınıf	215	42,9	42,9
	2.Sınıf	187	37,3	80,2
	3.Sınıf	53	10,6	90,8
	4.Sınıf	46	9,2	100
Geldiği Bölge	Marmara Bölgesi	71	14,2	14,2
	Ege Bölgesi	33	6,6	20,8
	Akdeniz Bölgesi	26	5,2	25,9
	İç Anadolu Bölgesi	60	12	37,9
	Karadeniz Bölgesi	243	48,5	86,4
	Doğu Anadolu Bölgesi	20	4	90,4
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	30	6	96,4
Sinop İlinde Konaklama Şekli	Yurtdışı	18	3,6	100
	Kiralık Ev	209	41,7	41,7
	Yurt (KYK)	144	28,7	70,5
	Özel Yurt-Pansiyon	92	18,4	88,8
	Aile veya Akraba Yanında	42	8,4	97,2
Sinoplu Olma Durumu	Diğer	14	2,8	100
	Evet	65	13	13
Önceden Sinop'a Gelme Durumu	Hayır	436	87	100
	Evet	128	25,5	25,5
Önceden Sinop'a Gelme Durumu	Hayır	373	74,5	100

Tablo 1 kapsamında araştırmaya dahil olan 501 öğrencinin tanımlayıcı bilgileri incelendiğinde; %51,3 oranla erkek, %55,9 oranla 18-20 yaş grubu, %53,1 oranla fakülte, %80,4 oranla birinci öğretim, %42,9 oranla birinci sınıf, %14,2 oranla Marmara Bölgesi, %41,7 oranla kiralık evde kalan, %87 oranla Sinoplu olmayan ve %74,5 oranla daha önce Sinop iline hiç gelmeyen öğrencilerin öne çıktığı görülmektedir.

5.2. Güvenirlilik ve Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Üniversite öğrencilerinin Sinop İli Destinasyon İmajı algısının ortaya çıkarılması için yapılan araştırma kapsamında katılımcılara sunulan toplam 36 ifade içerisinde, 22 ifadeden toplanan veriler için güvenirlilik katsayısı (α) 0,84 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç kapsamında veriler için faktör analizi yapılması uygun görülmüştür. Toplanan verilerin faktör analizine uygunluğu bağlamında Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem hacminin yeterliği 0,854 ve Bartlett testi değeri sonuçları ise $\chi^2 = 3550,874$ ve $p < 0,001$ olarak gözlemlenmiştir. Bu sonuçlar kapsamında verilerin faktör analizi için uygun olduklarına karar verilmiş ve açıklayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2. Öğrencilerinin Sinop İli Destinasyon İmajı Algısına Yönelik Faktör Analizi

Faktörler	\bar{x}	σ	Faktör Yüğü	α	Varyans Açıklama (%)
Şehir Halkı	2,91	0,92		0,600	18,272
Sinop halkı naziktir.	3,10	1,19	0,822		
Sinop halkı cömerttir.	2,83	1,20	0,817		
Sinop halkı sıcakkanlıdır.	3,18	1,21	0,774		
Sinop halkı dürüsttür.	3,02	1,17	0,770		
Sinop halkı girişimcidir.	2,58	1,12	0,682		
Sinop halkı çalışkandır.	2,75	1,19	0,638		
Kültür, Sanat ve Spor Etkinlikleri	2,13	0,93		0,614	11,754
Kültürel etkinlikleri çoktur.	2,16	1,06	0,864		
Sanatsal etkinlikleri çoktur.	2,03	0,98	0,856		
Spor faaliyetleri çoktur.	2,19	1,08	0,834		
Şehir Güvenliğı	4,01	0,75		0,666	8,411
Sinop kenti sakindir.	4,30	0,93	0,830		
Sinop kenti güvenlidir.	4,00	0,90	0,673		
Sinop halkı sakindir.	3,72	1,16	0,646		
Eğlence ve Alışveriş İmkanları	1,60	0,82		0,637	7,893
Eğlence imkanları çoktur.	1,66	1,03	0,810		
Alışveriş imkanları çoktur.	1,53	0,84	0,749		
Sağlık, Konaklama ve Temizlik İmkanları	2,78	0,83		0,609	6,969
Sağlık imkanları iyidir.	2,38	1,14	0,650		
Konaklama imkanları iyidir.	2,59	1,22	0,612		
Sinop kenti temizdir.	3,37	1,20	0,558		
Ulaşım İmkanları	2,47	1,27		0,684	6,729
Şehir içi ulaşım kolaydır.	2,73	1,85	0,816		
Şehirler arası ulaşım kolaydır.	2,22	1,20	0,776		
Tarihi ve Coğrafi Değer	3,56	0,89		0,658	6,356
Coğrafi konumu iyidir.	3,24	1,29	0,799		
Tarihi açıdan zengindir.	3,89	0,92	0,730		
Toplam Cronbach Alpha/Varyans Açıklama (%)				0,843	66,383

KMO Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliğı: 0,854

Bartlett Kürsellik Testi (Chi-Square / df / Sig): 3550,874/210/0,000

Tablo 2’de görüldüğü üzere Üniversite öğrencilerinin Sinop İli Destinasyon İmajına yönelik algıları için 7 faktör (Şehir Halkı, Kültür, Sanat ve Spor Etkinlikleri, Şehir Güvenliğı, Eğlence ve Alışveriş İmkanları, Sağlık, Konaklama ve Temizlik İmkanları, Ulaşım İmkanları, Tarihi ve Coğrafi Değer) saptanmıştır. Bu yedi faktörün toplam varyans açıklama oranı %66,38 olarak belirlenmiştir. Açıklanan toplam varyansın %18,27’si Şehir Halkı, %11,75’i Kültür, Sanat ve Spor Etkinlikleri, %8,41’i Şehir Güvenliğı, %7,89’u Eğlence ve Alışveriş İmkanları, %6,96’sı Sağlık, Konaklama ve Temizlik İmkanları, %6,72’si Ulaşım İmkanları, %6,35’i Tarihi ve Coğrafi Değer alt boyutları olarak adlandırılmıştır.

Tablo 3. Şehir Halkı Boyutuna İlişkin Bulgular (n=501)

İfadeler	f	Kesinlikle	Katılmıyorum	Orta Düzeyde	Katılıyorum	Kesinlikle	\bar{x}	s. s
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum		
Sinop halkı naziktir.	68	66	172	133	62	3,10	1,19	
	13,6	13,2	34,3	26,5	12,4			
Sinop halkı cömerttir.	95	78	189	91	48	2,83	1,20	
	19	15,6	37,7	18,2	9,6			
Sinop halkı sıcakkanlıdır.	66	59	167	133	76	3,18	1,21	
	13,2	11,8	33,3	26,5	15,2			
Sinop halkı dürüsttür.	74	56	209	105	57	3,02	1,17	
	14,8	11,2	41,7	21	11,4			
Sinop halkı girişimcidir.	112	101	196	67	25	2,58	1,12	
	22,4	20,2	39,1	13,4	5			
Sinop halkı çalışkandır.	103	81	195	78	44	2,75	1,81	
	20,6	16,2	38,9	15,6	8,8			

Tablo 3'teki sonuçlara göre Şehir Halkı alt boyutunun özelliklerini belirlemeye yönelik unsurlarda "Sinop halkı sıcakkanlıdır" ifadesi ($\bar{x}=3,18$) aritmetik ortalaması ile üniversite öğrencilerinin orta düzeyde katıldıkları ifade olmuştur. Bu ifadeyi sırasıyla "Sinop Halkı Naziktir" ($\bar{x}=3,10$) ortalaması ile "Sinop Halkı Dürüsttür" ($\bar{x}=3,02$) ortalaması ile "Sinop Halkı Cömerttir" ($\bar{x}=2,83$), ortalaması ile "Sinop Halkı Çalışkandır" ($\bar{x}=2,75$) ortalaması ile ve son olarak "Sinop Halkı Girişimcidir" ($\bar{x}=2,58$) ortalaması ile üniversite öğrencilerinin en az seviyede katıldığı ifadeler olmuştur. Şehir halkı alt boyutunun ($\bar{x}=2,91$) olan toplam aritmetik ortalaması değerlendirildiğinde Üniversite öğrencilerinin yerel halka ait belirgin ve net bir görüşünün oluşmadığı ve yeterince etkileşimde bulunmadığı söylenebilir.

Tablo 4. Kültür, Sanat ve Spor Etkinlikleri Boyutuna İlişkin Bulgular (n=501)

İfadeler	f	Kesinlikle	Katılmıyorum	Orta Düzeyde	Katılıyorum	Kesinlikle	\bar{x}	s. s
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum		
Kültürel etkinlikleri çoktur.	165	158	120	46	12	2,16	1,06	
	32,9	31,5	24	9,2	2,4			
Sanatsal etkinlikleri çoktur.	184	163	115	32	7	2,03	0,98	
	36,7	32,5	23	6,4	1,4			
Spor faaliyetleri çoktur.	163	150	127	47	14	2,19	1,08	
	32,5	29,9	25,3	9,4	2,8			

Tablo 4 sonuçlarına göre Kültür, Sanat ve Spor Etkinlikleri alt boyutunda "Spor faaliyetleri çoktur" ifadesi ($\bar{x}=2,19$) aritmetik ortalaması ile öne çıkmıştır, bu ifadeyi "Kültürel etkinlikleri Çoktur" ($\bar{x}=2,16$) ortalaması ile "Sanatsal etkinlikleri çoktur" ($\bar{x}=2,03$) ortalaması ile izlemektedir. Kültür, sanat ve spor etkinlikleri alt boyutunun ($\bar{x}=2,13$) olan toplam aritmetik ortalaması

değerlendirildiğinde üniversite öğrencilerinin bu ifadeye çok düşük oranda katıldığı ve şehirdeki kültür, sanat ve spor alanlarında yapılan faaliyetlerin yetersiz olduğu söylenebilir.

Tablo 5. Şehir Güvenliği Boyutuna İlişkin Bulgular (n=501)

İfadeler	f	Kesinlikle	Katılmıyorum	Orta Düzeyde	Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle	\bar{x}	S. S
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum				
Sinop kenti sakindir.	14	16	35	175	261	4,30	0,93		
	2,8	3,2	7	34,9	52,1				
Sinop kenti güvenlidir.	9	19	94	219	160	4,00	0,90		
	1,8	3,8	18,8	43,7	31,9				
Sinop halkı sakindir.	34	41	97	185	144	3,72	1,16		
	6,8	8,2	19,4	36,9	28,7				

Tablo 5 sonuçlarına göre Şehir Güvenliği alt boyutunda “Sinop kenti sakindir” ifadesi ($\bar{x}=4,30$) aritmetik ortalaması ile öne çıkmıştır, bu ifadeyi “Sinop kenti güvenlidir” ($\bar{x}=4,00$) ortalaması ile “Sinop halkı sakindir” ($\bar{x}=3,72$) ortalaması ile izlemektedir. Şehir Güvenliği alt boyutunun ($\bar{x}=4,01$) olan toplam aritmetik ortalaması değerlendirildiğinde bütün alt boyutlar içerisinde en yüksek ortalamaya sahip olduğu saptanmıştır. Üniversite öğrencilerin Sinop şehrini sakin ve güvenli bir yer olarak tanımladığı görülmektedir.

Tablo 6. Eğlence ve Alışveriş İmkanları Boyutuna İlişkin Bulgular (n=501)

İfadeler	f	Kesinlikle	Katılmıyorum	Orta Düzeyde	Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle	\bar{x}	S. S
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum				
Eğlence imkanları çoktur.	309	103	49	26	14	1,66	1,03		
	61,7	20,6	9,8	5,2	2,8				
Alışveriş imkanları çoktur.	318	122	42	13	6	1,53	0,84		
	63,5	24,4	8,4	2,6	1,2				

Tablo 6 sonuçlarına göre Eğlence ve Alışveriş İmkanları alt boyutunda “Eğlence imkanları çoktur” ifadesi ($\bar{x}=1,66$) aritmetik ortalaması saptanmış, bu ifadeyi “Alışveriş imkanları çoktur” ($\bar{x}=1,53$) ortalaması ile izlemektedir. Eğlence ve Alışveriş İmkanları alt boyutunun ($\bar{x}=1,60$) olan toplam aritmetik ortalaması ile tüm alt boyutlar içerisinde üniversite öğrencilerinin bu ifadeye çok düşük oranda katıldığı ve şehirdeki eğlence ve alışveriş imkanlarının çok yetersiz olduğu söylenebilir.

Tablo 7. Sağlık, Konaklama ve Temizlik İmkanları Boyutuna İlişkin Bulgular (n=501)

İfadeler	f	Kesinlikle	Katılmıyorum	Orta Düzeyde	Katılıyorum	Kesinlikle	\bar{x}	s. s
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum		
Sağlık imkanları iyidir.	151	109	155	70	16	2,38	1,14	
	30,1	21,8	30,9	14	3,2			
Konaklama imkanları iyidir.	125	106	149	87	34	2,59	1,22	
	25	21,2	29,7	17,4	6,8			
Sinop kenti temizdir.	51	58	140	156	96	3,37	1,20	
	10,2	11,6	27,9	31,1	19,2			

Tablo 7 sonuçlarına göre Sağlık, Konaklama ve Temizlik İmkanları alt boyutunda “Sinop kenti temizdir” ifadesi ($\bar{x}=3,37$) aritmetik ortalaması ile öne çıkmıştır, bu ifadeyi “Konaklama imkanları iyidir” ($\bar{x}=2,59$) ortalama ile “Sağlık imkanları iyidir” ($\bar{x}=2,38$) ortalaması ile izlemektedir. Sağlık, Konaklama ve Temizlik İmkanları alt boyutunun ($\bar{x}=2,78$) olan toplam aritmetik ortalaması ile üniversite öğrencilerinin bu ifadeye düşük oranda katıldığı ve Sinop şehrini nispeten temiz bir yer olarak tanımlarken, şehirdeki sağlık ve konaklama imkanlarını yetersiz bulduğu görülmektedir.

Tablo 8. Ulaşım İmkanları Boyutuna İlişkin Bulgular (n=501)

İfadeler	f	Kesinlikle	Katılmıyorum	Orta Düzeyde	Katılıyorum	Kesinlikle	\bar{x}	s. s
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum		
Şehir içi ulaşım kolaydır.	121	113	113	117	37	2,73	1,85	
	24,2	22,6	22,4	23,4	7,4			
Şehirler arası ulaşım kolaydır.	182	140	83	76	20	42,22	1,20	
	36,3	27,9	16,6	15,2	4			

Tablo 8’de görüldüğü üzere Ulaşım İmkanları alt boyutunda “Şehir içi ulaşım kolaydır” ifadesi ($\bar{x}=2,73$) ortalama ile değerlendirilmiş, “Şehirler arası ulaşım kolaydır” ifadesi ($\bar{x}=2,22$) ortalama ile düşük düzeyde kabul görmüştür. Ulaşım İmkanları alt boyutunun ($\bar{x}=2,47$) olan toplam aritmetik ortalaması, üniversite öğrencilerinin bu boyutta yer alan ifadelere düşük oranda katıldığı ve şehrin sağladığı ulaşım olanaklarını çok yetersiz bulduğu söylenebilir.

Tablo 9. Tarihi ve Coğrafi Değer Boyutuna İlişkin Bulgular (n=501)

İfadeler	f	Kesinlikle	Katılmıyorum	Orta Düzeyde	Katılıyorum	Kesinlikle	\bar{x}	s. s.
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum		
Coğrafi konumu iyidir.	72	67	118	154	90	43,24	1,29	
	14,4	13,4	23,6	30,7	18			
Tarihi açıdan zengindir.	10	29	99	231	132	43,89	0,92	
	2	5,8	19,8	46,1	26,3			

Tablo 9 sonuçlarına göre Tarihi ve Coğrafi Değer alt boyutunda “Tarihi açıdan zengindir” ifadesi ($\bar{x}=3,89$) ortalaması ile öne çıkmış, “Coğrafi konumu iyidir” ($\bar{x}=3,24$) ortalama ile orta düzeyde kabul görmüştür. Tarihi ve Coğrafi Değer alt boyutunun ($\bar{x}=3,56$) olan toplam aritmetik ortalaması ile üniversite öğrencilerinin bu boyutta yer alan ifadelere yüksek oranda katıldığı ve özellikle şehri tarihi açıdan zengin bulduğu söylenebilir.

5.3. Araştırma Hipotezlerin Testine İlişkin Analiz Bulguları

Sinop ilinde öğrenim görmekte olan üniversite öğrencilerinin tanımlayıcı özellikleriyle Sinop şehri destinasyon imaj algısının karşılaştırılmasında parametrik veya parametrik olmayan testlerin kullanılması kararında çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayıları esas alınmıştır. Sinop şehri destinasyon imaj algısı ölçeği için çarpıklık ve basıklık katsayıları 0,306 ve 0,264 olup sonuçlar (-) (+) 1 aralığında yer almaktadır. Bu kapsamda verilerin normal dağılım sergilediği kabul edilmiştir (Hair Jr vd., 2010). Bu nedenle araştırmada farklılık ölçümlerinde parametrik testlerin uygulanmasına karar verilmiştir. Bu kapsamda Üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon İmajı algısının; demografik özellikler ve diğer değişkenler ile karşılaştırılmasında; iki değişkenli gruplarda (cinsiyet, öğrenim şekli, Sinoplu olma durumu, önceden Sinop’a gelme durumu) için “Bağımsız Örneklem t-Testi”; ikiden fazla değişkeni olan gruplar (yaş, okuduğu okul, okuduğu sınıf, geldiği bölge, Sinop’ta konaklama şekli) içinse “Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)” ve hangi gruplar arasındaki farklılığın belirlenmesinde “Çoklu Karşılaştırma-Tukey HSD-Analizi” sonuçları esas alınmıştır.

Üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının cinsiyet değişkeni ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde herhangi bir farklılık ($p=0,860$; $p<0,05$) bulunamamıştır. Bu sonuç kapsamında H_1 hipotezi bu araştırma için kabul edilmemiştir. Benze şekilde destinasyon imajı algısının yaş değişkeni ile karşılaştırılmasında bir farklılık ($p=0,978$; $p<0,05$) tespit edilemediği için araştırmada öngörülen H_2 hipotezi de kabul edilmemiştir.

Tablo 10. Okuduğu Okul ile Sinop Şehri İmaj Algısının Karşılaştırılması

Boyut	Okuduğu Okul	n	\bar{x}	s.s.	t/F	p	Tukey
Sinop Şehri Destinasyon İmaj Algısı	Fakülte (a)	266	2,72	0,524	4,716	0,009*	a-b
	Yüksekokul (b)	132	2,89	0,514			
	Meslek	103	2,81	0,603			
	Yüksekokulu (c)						

* $p<005$

Tablo 10 sonuçlarına göre üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının okuduğu okul değişkeni ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık ($p=0,009$; $p<0,05$) belirlenmiştir. Bu farklılık kapsamında araştırma için önerilen H_3 hipotezi KABUL edilmiştir. Farklılığının hangi gruplar arasında ortaya çıkarılması bağlamında başvuru

Turizm Öğrencilerinin Şehir İmajı Algısı: Sinop İli Örneği

Tukey Testi sonucuna göre şehir imaj algısının fakülte ($\bar{x}=2,72$) ile yüksekokul ($\bar{x}=2,89$) öğrencileri arasında gerçekleştiği görülmüştür. Bu durum, yüksekokullardaki (turizm, sağlık) öğrencilerin eğitim gördükleri alanlar itibarıyla şehir ve halkla daha iç içe olması ilişkilendirilebilir.

Tablo 11. Öğrenim Şekli ile Sinop Şehri İmaj Algısının Karşılaştırılması

Boyut	Öğrenim Şekli	n	\bar{x}	s.s.	t/F	p	Tukey
Sinop Şehri Destinasyon İmaj Algısı	Birinci Öğretim	403	2,79	0,543	0,953	0,341	
	Orta Öğretim	98	2,73	0,543			

* $p<0,05$

Tablo 11’de yer alan veriler incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının öğrenim şekli değişkeni ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde herhangi bir farklılık ($p=0,341$; $p<0,05$) bulunamamıştır. Bu bulgu kapsamında H_4 hipotezi bu araştırma için kabul edilmemiştir.

Tablo 12. Okuduğu Sınıfla Sinop Şehri İmaj Algısının Karşılaştırılması

Boyut	Okuduğu Sınıf	n	\bar{x}	s.s.	t/F	p	Tukey
Sinop Şehri Destinasyon İmaj Algısı	1.Sınıf (a)	215	2,86	0,604	3,315	0,020*	a-d
	2.Sınıf (b)	187	2,72	0,488			
	3.Sınıf (c)	53	2,77	0,491			
	4.Sınıf (d)	46	2,65	0,461			

* $p<0,05$

Tablo 12 sonuçları incelendiğinde üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının okuduğu sınıf değişkeni ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık ($p=0,020$; $p<0,05$) olduğu görülmektedir. Bu farklılık kapsamında araştırma için önerilen H_5 hipotezi KABUL edilmiştir. Farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğunun ortaya çıkarılması bağlamında başvurulan Tukey Testi sonucunda şehir imaj algısının 1.sınıf ($\bar{x}=2,86$) ile 4. sınıf ($\bar{x}=2,65$) öğrencileri arasında gerçekleştiği görülmüştür. Bu durum, üniversiteye yeni gelen öğrencilerin olumlu bir yaklaşımla geldikleri, şehir ve halkla ilgili duygu ve düşüncelerinin henüz yeni oluşmaya başladığı ve 4.sınıfta olan öğrencilere göre tutumlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Ayrıca sınıflar ilerledikçe öğrencilerin tutumlarının düşüş yönünde eğilim gösterdiği şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 13. Geldiği Bölge ile Sinop Şehri İmaj Algısının Karşılaştırılması

Boyut	Geldiği Bölge	n	\bar{x}	s.s.	t/F	p	Tukey
Sinop Şehri Destinasyon İmaj Algısı	Marmara Bölgesi (a)	71	2,70	0,417	4,542	0,000*	b-h d-h e-h f-h g-h
	Ege Bölgesi (b)	33	2,60	0,538			
	Akdeniz Bölgesi (c)	26	2,88	0,517			
	İç Anadolu Bölgesi (d)	60	2,78	0,561			
	Karadeniz Bölgesi (e)	243	2,80	0,528			
	Doğu Anadolu Bölgesi (f)	20	2,49	0,434			
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (g)	30	2,78	0,629			
	Yurtdışı (h)	18	3,33	0,732			

*p<0,05

Tablo 13 sonuçları kapsamında üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının geldiği bölge değişkeni ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık ($p=0,000$; $p<0,05$), olduğu görülmektedir. Bu farklılık kapsamında araştırma için önerilen H_0 hipotezi KABUL edilmiştir. Farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğunun ortaya çıkarılması bağlamında başvurulan Tukey Testi sonucunda öğrencilerin geldikleri bölgeler açısından, Yurtdışı ($\bar{x}=3,33$) ile Marmara ($\bar{x}=2,70$), Ege ($\bar{x}=2,60$), İç Anadolu ($\bar{x}=2,78$), Karadeniz ($\bar{x}=2,80$), Doğu Anadolu ($\bar{x}=2,49$) ve Güneydoğu Anadolu ($\bar{x}=2,78$) bölgeleri arasında olduğu görülmüştür. Bu bulgular kapsamında yurtdışından gelen öğrencilerin kökeninin daha çok Türkiye Cumhuriyetleri olduğu düşünüldüğünde, öğrencilerin kendi geldikleri bölgelerin imkan ve olanakları ile Sinop ili için yaptıkları kıyaslama sonucunda şekillendiği şeklinde değerlendirilebilir.

Tablo 14. Konaklama Şekli ile Sinop Şehri İmaj Algısının Karşılaştırılması

Boyut	Sinop İlinde Konaklama Şekli	n	\bar{x}	s.s.	t/F	p	Tukey
Sinop Şehri Destinasyon İmaj Algısı	Kiralık Ev (a)	209	2,78	0,591	4,734	0,001*	a-d b-d c-d
	Yurt (KYK) (b)	144	2,71	0,488			
	Özel Yurt-Pansiyon (c)	92	2,72	0,463			
	Aile veya Akraba Yanında (d)	42	3,05	0,476			
	Diğer (e)	14	3,07	0,698			

*p<0,05

Tablo 14 sonuçları kapsamında üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının Sinop ilinde konaklama şekli ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık ($p=0,001$; $p<0,05$), olduğu görülmektedir. Bu farklılık kapsamında araştırma için önerilen H_0 hipotezi KABUL edilmiştir. Farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğunun ortaya çıkarılması bağlamında başvurulan Tukey Testi sonucunda aile veya akraba yanında kalanlarla ($\bar{x}=3,05$), kiralık ev ($\bar{x}=2,78$), yurt (KYK) ($\bar{x}=2,71$), özel yurt veya pansiyonda ($\bar{x}=2,72$) kalanlar arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Aile veya akraba yanında kalan öğrencilerin çoğunun Sinoplu

olduğu düşünüldüğünde şehirle ilgili doğal olarak kurulan güçlü bağlarında etkisi ile Sinop destinasyon imajına yönelik tutumlarının diğerlerine oranla yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 15. Sinoplu Olma Durumu ile Sinop Şehri İmaj Algısının Karşılaştırılması

Boyut	Sinoplu Olma Durumu	n	\bar{x}	s.s.	t/F	p
Sinop Şehri Destinasyon İmaj Algısı	Evet	65	3,03	0,510	4,098	0,000*
	Hayır	436	2,74	0,538		

*p<0,05

Tablo 15 sonuçları incelendiğinde üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının Sinoplu olma durumu ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık (p=0,000; p<0,05), olduğu görülmektedir. Bu farklılık kapsamında araştırma için önerilen H₈ hipotezi KABUL edilmiştir. Bu durum Sinoplu olan öğrencilerin (\bar{x} =3,03) olmayanlarla (\bar{x} =2,74) göre etnosentrizm (milliyetçilik) algısı ile ilişkilendirilebilir. Ayrıca Sinop ili dışında başka bir ilde eğitim görmedikleri için kıyaslama yapmamaları ile açıklanabilir.

Tablo 16. Önceden Sinop'a Gelme Durumu ile Sinop Şehri İmaj Algısının Karşılaştırılması

Boyut	Önceden Sinop'a Gelme Durumu	n	\bar{x}	s.s.	t/F	p
Sinop Şehri Destinasyon İmaj Algısı	Evet	128	2,92	0,503	3,448	0,001*
	Hayır	373	2,73	0,548		

*p<0,05

Tablo 16 sonuçları incelendiğinde üniversite öğrencilerinin Sinop ili destinasyon imajı algısının önceden Sinop'a gelme durumu ile karşılaştırılmasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık (p=0,001; p<0,05), olduğu görülmektedir. Bu farklılık kapsamında araştırma için önerilen H₉ hipotezi KABUL edilmiştir. Bu durum daha önce gelen öğrencilerin (\bar{x} =2,92), gelmeyenlere göre (\bar{x} =2,73) kenti tanınması ve önceki gelişlerinde elde ettikleri deneyimlerle oluşan olumlu düşüncelerinin etkisi şeklinde yorumlanabilir.

SONUÇ

Bir yöre, bölge veya ülke için kalkınmanın önemli dinamiklerinden biri olarak görülen turizm, özellikle ekonomik ve sosyal gelişim yönünde ilerleme çabasında olan kentler için daha büyük anlamlar taşıyan bir sektör konumundadır. Anadolu'nun en uç noktası olması özelliği ile öne çıkan ve sakin bir şehir olan Sinop, bu kentlerden bir tanesidir.

Sinop, turizm konusunda kendisini geliştirmeye odaklanmış bir destinasyon olarak coğrafi konumu ve doğal güzellikleri ile son dönemlerde Türkiye'de özellikle iç turizm kapsamında cazip bir yer haline gelmiş ve 2018 yılı sonu itibari ziyaretçi sayısı bir milyon kişiye yaklaşmıştır. Bununla birlikte, ziyaretçi sayısı ile aynı oranda gelişmeyen turizm altyapısı bağlamında her kesimin katkısı beklenmektedir.

Bu çalışmada üniversite eğitimi için Sinop kentine misafir olan öğrenciler perspektifinden Sinop ili turizmüne bir bakış açısı oluşturulması ve turistik kent olan Sinop'un destinasyon imajının gelişimine destek olunması hedeflenmiştir. Üniversitelerin önemli paydaşları arasında yer alan ve farklı kültürlerden gelen öğrencilerin eğitim gördükleri kente ilişkin imaj algıları önemli bir çalışma görülebilir.

Araştırma sonucunda görülmüştür ki öğrenciler Sinop; denizi, olumsuzlukları ve doğal güzellikleri ile öne çıkan bir destinasyon konumundadır. Öğrencilerin genel olarak Sinop şehri imaj algısı ortalaması ise \bar{x} =2,78 olarak tespit edilmiştir. Öğrenciler, Sinop kentini çok sakin ve

güvenli bir şehir olarak görmekte ve tarihi ve coğrafi değer yönünden kent imajına olumlu yaklaşmaktadırlar. Bununla birlikte şehir halkı, sağlık, konaklama ve temizlik imkanları, ulaşım imkanları, kültür, sanat ve spor etkinlikleri ve eğlence ve alışveriş imkanları yönünden yeterli bulmamaktadırlar. Öğrencilerin destinasyon imajı kapsamında Sinop; tarihi ve doğal güzelliklerin ile ön plana çıktığı, az gelişmiş, pahalı, küçük, denizle iç içe rüzgarı bol olan bir yarımada, Türkiye'nin en kuzeyinde yer alan, altyapı, kültür, sanat, eğlence ve alışveriş imkanlarının kısıtlı olduğu, mutlu insanların yaşadığı, insana huzur veren küçük bir turizm kenti şeklinde tasvir edilmektedir.

Üniversite öğrencilerinin okuduğu okul, sınıf, geldiği bölge, konaklama şekli, Sinoplu olma durumu ve önceden Sinop'a gelme durumu gibi değişkenlerinde destinasyon imajında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Okuduğu okul açısından fakülte ile yüksekokula devam eden öğrenciler arasında; sınıflar itibarıyla 1.sınıf öğrencileri ile 4.sınıf öğrencileri arasında; öğrencilerin geldikleri bölgeler açısından yurtdışından gelen öğrenciler ile Marmara, Ege, İç Anadolu, Karadeniz, Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinden gelen öğrenciler arasında; Sinop'ta aile veya akraba yanında kalanlarla, kiralık ev, devlet yurdu ve özel yurt veya pansiyonda kalanlar arasında; Sinoplu olanlarla olmayanlar arasında; Sinop'a üniversiteyi kazanmadan önce gelenlerle gelmeyenler arasındadır. Bu bağlamda Sinop ilinin destinasyon imajını yükseltilmesi bağlamında şu öneriler sıralanabilir:

-Ulusal, bölgesel ve yerel düzeylerde Sinop destinasyon imajı oluşturulmasına yönelik sistematik çalışmalar yapılmalı ve bu çalışmaların çıktıları destinasyon paydaşları ile paylaşılmalıdır.

-Sinop destinasyonunun gelişiminde birer elçi konumunda olan üniversite öğrencilerinin görüşleri dikkate alınmalıdır. Özellikle şehir halkının davranışları, sağlık, konaklama ve temizlik imkanları, ulaşım imkanları, kültür, sanat ve spor etkinlikleri ve eğlence ve alışveriş imkanları yönünden Sinop şehri kendini geliştirmeli ve bu anlamda kamu ve özel sektör işbirliğinde çalışmalar yapılmalıdır.

-Üniversite öğrencileri ile yerel halkın kaynaştırılması kapsamında projeler geliştirilerek işbirliği çalışmaları artırılmalıdır. Bu anlamda turizm sektörü, üniversite öğrencilerinin yerel işletmelerle kaynaştırılmasında önemli bir fırsat olarak görülebilir.

-Yaz döneminde Sinop'ta artan turist hareketliliğine bağlı olarak bozulan trafik düzenine turist memnuniyetini, şehirde yaşayanların refahını ve kamu hizmetlerinin verimli bir şekilde sunulmasını sağlayacak ulaşım planlaması yapılmalıdır.

-Üniversite öğrencilerin en çok eksikliğini çektiği eğlence, alışveriş, kültür, sanat ve spor etkinlikleri boyutlarında şehir yöneticileri ve üniversite yönetimi işbirliği çalışmalarına yönelmelidir.

Unutulmamalıdır ki bireylerin şehir ile ilgili kendi deneyimleri herhangi bir vasıta ile edinilen bilgilerden daha somut ve kalıcıdır. Ayrıca bu kişiler deneyimlerini diğer insanlarla paylaşarak onları da etkileyebilme gücüne sahiptirler. Bu anlamda bir şehir için önemli ekonomik hareketlilik ve sosyal gelişim kaynağı olan üniversite öğrencileri dikkate alınmalıdır. Çünkü, öğrenciler üniversite tercihlerini yaparken birçok faktörü göz önüne almaktadır. Bu faktörlerden birisi de üniversitenin bulunduğu kentin imajının nasıl olduğudur. İyi bir imaja sahip olan kentler yükseköğrenim için öğrenciler tarafından daha çok tercih edilmektedir. Üniversitelerin imkanlarının iyi olmasının yanında, kentin imkanlarının da iyi olması, o kentte bulunan üniversitelerin tercih edilme oranını artırmaktadır. Bu nedenle, özellikle yerel yönetimlerin, üniversitelerin kente olan katkılarını da dikkate alarak, iyi bir imaj oluşturmak için planlı çabaların içine girmesi gerekmektedir.

Bu araştırmada Sinop'a üniversite eğitimi kapsamında gelen öğrencilerinin bakış açısından destinasyon imajına yönelik bir çerçeve oluşturulmuştur. Gelecekte Sinop ilinde veya farklı destinasyonlarda yapılacak imaj çalışmalarında bu araştırma kapsamında geliştirilen ölçek, farklı paydaşlara (yerel halk, turistler, yerel yöneticiler) uygulanarak farklı öngörüler oluşturulabilir.

KAYNAKÇA

- Alegre, J. ve Garau, J. (2010). Tourist satisfaction and dissatisfaction. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 52-73.
- Avcıkurt, C. (2010). *Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme*, İstanbul: Değişim Yayınları.
- Bakan, Ö. (2008). *Kurumsal Kimlik ve İmaj*, Konya: Tablet Yayınları.
- Borsdorf, A. & Bender, O. (2010). *Allgemeine Siedlungsgeographie*, Wien: Böhlau Verlagsgesellschaft
- Cevher, E. (2012). Kentsel Markalaşma Süreci: Antalya Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, Cilt. 4(1), 105-115.
- Çelik, Y. (2009). Modernlik Kıskaçında Şehir ve Şehirli. *Hece Dergisi*, Şehirlerin Dili Özel Sayısı, 535-536.
- Demirel, M. (2014). Burdur Kent İmajı: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(6), 230-241.
- Düvenci, E. (2009). Şehir Algısının Şehrin Marka İmajına Etkisi ve İstanbul'da Yaşayan Şehir Sakinleri Üzerine Bir Araştırma. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.
- Gallarza, M. G., Saura, I. G. & Garcia, H. C. (2002). Destination Image Towards A Conceptual Framework. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56-78.
- Gecikli, F. (2012). *Şehir İmajı Amasya Şehri Üzerine Bir Uygulama*, Ankara: Fenomen Yayınları.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. USA: Pearson.
- İri, R., İnal, M. E. ve Türkmen, H. H. (2011). Şehir Pazarlamasında Bilinirliğin Önemi: Niğde Yöresinin Bilinirliğinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma, *Niğde Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 4(1), 81-96.
- Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. England: The M.I.T. Press.
- Kıyıcı, Ş. (2010). Bir İmaj Çeşidi Olarak Destinasyon İmajı ve Turizmde Destinasyon İmajının Ölçülmesi (Amasra Örneği). Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Zonguldak.
- Killingbeck, A. J. & Trueman, M. M. (2002). Redrawing the Perceptual Map of a City Working Paper, No 02/08. [Online] <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=59525532B4BAAB3FA103FCB810FDF3AA?doi=10.1.1.201.7960&rep=rep1&type=pdf> [Erişim Tarihi: 28.01.2018].
- Koçoğlu, C. M. ve Aydoğdu, A. (2017). Küresel Pazarlama Kapsamında Glokal Pazarlama Stratejilerinin Marka Sadakati Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(44), 218-235.
- Kotler, P. (2000). *Pazarlama Yönetimi*, 10. Baskı, (Çev.: N. Muallimoğlu), İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Okay, A. (2005). *Kurum Kimliği*, 5. Baskı, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- Özdemir, G. (2008). *Destinasyon Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir, Ş. ve Karaca, Y. (2009). Kent markası ve marka imajının ölçümü: Afyonkarahisar kenti imajı üzerine bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 11(2), 113-134.
- Pekyaman, A. (2008). Turistik Satın Alma Davranışında Destinasyon İmajının Rolü Afyonkarahisar Bölgesinde Bir Araştırma. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Afyonkarahisar.

- Poyraz, T., Zorlu, A., Şahin B. ve Arıkan G. (2003). Üniversite Gençliğinin Güncel Sorunlara Bakış: H.Ü. Sosyoloji Bölümü Öğrencileri Örneği. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 20(1), 1-32.
- Robins, K. (1999). *İmaj Görmenin Kültür ve Politikası*. (Çev.: Nurçay Türkoğlu), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). A Model of Destination Branding: Integrating the Concepts of Branding and Destination Image. *Tourism Management*, (32), 465-476.
- Sağdıç, M. (2014). Üniversite Öğrencilerinin İstanbul'a İlişkin Algılarının Şehir İmajı Açısından Analizi. *Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkishor Turkic*, 9(2), 1267-1283.
- Tolungüç, A. (1992). *Tanıtım ve İmaj*, Ankara: Doruk Ofset.
- Topcu, K. D. & Topcu, M. (2012). Visual Presentation of Mental Images in Urban Designeducation: Cognitive Maps. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (51), 573-582.
- Tuncel, H. (2009). Kentsel Mekânın Algılanması: Elazığ Örneği, *TÜCAUM V. Ulusal Coğrafya Sempozyumu* 2008, Ankara, 16-17 Ekim.
- Türker, N.; Selçuk Ş. & Özyıldırım, A. (2016). Turizmin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Safranbolu Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), 1-13.
- Walmsley, D. J. & Young, M. (1998). Evaluative Images and Tourism: The use of Constructs to Describe the Structure of Destination Images. *Journal of Travel Research*, 36(3), 65-69.
- Yaraşlı, G. Y. (2007). Destinasyon İmajı ve Trabzon Yöresine Dönük Bir Çalışma. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yüksek, G. (2014). *Turizm Destinasyonları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zmudzinska-Nowak, M. (2003). Searching for Legible City Form: Kevin Lynch's Theory in Contemporary Perspective. *Journal of Urban Technology*, 10(3), 19-39.



The Use of Metadiscourse Markers in the Academic Writing of Hard and Soft Domains

Üstsöylem Belirleyicilerinin Fen ve Sosyal Bilimler Alanlarındaki Akademik Yazımlarda Kullanımı

Mohammad M. ALIA¹, Nayef J. JOMAA², Kamariah YUNUS³

^{1,3}University Sultan Zainal Abidin, Kuala Terengganu, Malaysia

²Karabuk University, Karabuk, Turkey

ORCID:

M.M.A.: 0000-0003-3167-051X

N.J.J.: 0000-0001-8952-5812

K.Y.: 0000-0002-7103-6911

Corresponding Author:

Nayef J. JOMAA

Email:

nayef.jomaa@yahoo.com

Citation: Alia, M. M., Jomaa, N. J. ve Yunus, K. (2020). The use of metadiscourse markers in the academic writing of hard and soft domains. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 627-644.

Submitted: 03.08.2020

Accepted: 27.08.2020

Abstract

The authorial voice is a significant aspect in the academic genres. Therefore, the issue of metadiscourse markers has been analysed by several studies. Hence, this study explores the use of metadiscourse in the abstracts of 100 journal articles published in ten Scopus indexed journals listed as the top free access journals based on the Scientific Journal Ranking (SJR) website. Five journals belong to the hard domain, whereas the other five journals belong to the soft domain. The Systemic Functional Linguistics approach (SFL) was adopted to analyse the frequency and wordings of modality within the 100 abstracts. Data were analysed manually qualitatively and quantitatively in order to highlight the possible similarities and differences between the abstracts of the hard domain and the soft one. The findings showed that the writers of both sets of abstracts employed finite modal operators, verbs, mood adjuncts, and comment adjuncts in expressing modality. These metadiscourse markers expressed different types, value, and orientation regarding modalization and modulation. Consequently, these findings could be employed pedagogically to equip novice writers with the linguistic skills that basically contribute to their academic success in writing academic genres.

Keywords: Academic writing, Metadiscourse Markers, Modality, Systemic Functional Linguistics

Özet

Yazarsal aktarım akademik türler içinde önemli bir yer teşkil etmektedir. Üstsöylem belirleyicilerinin analiz edildiği birkaç çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmada Scientific Journal Ranking (SJR) adlı internet sitesinin sıralamasında yer alan 10 Scopus endeksli dergiden seçilen 100 makalenin özetindeki üstsöylem belirleyicilerinin kullanımı incelenmiştir. Bunlardan 5 dergi fen bilimleri, diğer 5 dergi ise sosyal bilimler alanına aittir. Araştırmaya konu olan 100 özetin frekans ve cümle yapısı bakımından analiz edilmesinde Sistemik Fonksiyonel Dilbilim (SFL) yaklaşımı kullanılmıştır. Elde edilen veriler fen ve sosyal bilimler alan özetleri arasındaki benzerlik ve farkları tespit etmek amacıyla nicel ve nitel olarak analiz edilmiştir. Bulgular yazarların özetlerde kiplik belirtmek için sınırlı sayıda kip, fiil, yardımcı ifade ve yorum belirteçleri kullandıklarını göstermektedir. Bu üstsöylem belirleyicileri kiplik ve modülasyona dair farklı tür, değer ve yönelim göstermektedir. Sonuç olarak, bulgular, akademik alanlarda çalışacak yeni yazarların donanımına katkıda bulunması amacıyla Eğitim Bilimsel açıdan kullanılabilir niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: Akademik yazım, Üstsöylem Belirleyicileri, Kiplik, Sistemik Fonksiyonel Dilbilim

1. INTRODUCTION

Studies on the academic writing have focused on stance, particularly in linguistics-based writing research (Gray & Biber, 2012; Hyland, 2012; Liu, 2013; Hamoy, 2014; Akinci, 2016; Jomaa & Bidin, 2017; Hyland & Jiang, 2018a; Jomaa & Alia, 2019). Since the level of personality in a text is crucial to maintain successful interaction with the readers and establish a convincing argument, writers annotate their claims either explicitly or implicitly to correspond with the context of the field and the audience's expectations. In this line, Jomaa and Alia (2019) argue that writers should meet these expectations by means of understanding the linguistic principles of each discipline. Therefore, the advanced academic literacy assumes that mastering the disciplinary practices plays a role in enhancing students' control of the varied cultural and linguistic structures that are essential for them to engage critically with the texts (Hyland & Jiang, 2018a) by means of the metadiscourse markers. In other words, successful writers should be familiarized with using a range of rhetorical features to highlight the novelty of their research, evaluate their findings, and establish harmony with their readers (Hyland & Jiang, 2018b). Therefore, Morton and Storch (2019) recommended exploring the use of the authorial voice in L2 academic writing. Hence, this study explores the use of metadiscourse markers in the abstracts of 100 journal articles in the soft and hard disciplines utilising the Systemic Functional Linguistics approach.

2. LITERATURE REVIEW

Writing skill is the most difficult one since it needs constant practices as well as reading good sources. In other words, academic writing skills have to be learnt because the issue is not just about putting thoughts into words. Rather, academic writing involves logic, credibility, conviction, clarity, precision, cohesion, and organisation. Hence, a good piece of academic writing should be well-supported and demonstrates a critical thinking (Hei & David, 2015). In this regard, writing in English as a non-native speaker has influences on the ability of the writer in conceptualizing the writer-reader relationship in the different cultural contexts since communicating ideas by means of the written language can be considered as building the relationship between the author and the reader.

The varied use of the metadiscourse markers may also reflect different social norms for interpersonal relationships (Ozdemir & Longo, 2014). That is, writing in the second language depends on several linguistic devices to reveal the writer's stance and positioning. These include citations, reporting verbs, and metadiscourse markers. The role of this latter aspect, namely metadiscourse, is to organize texts, reveal the stance of the writer, and engage the readers (Jomaa & Alia, 2019). Hence, stance can be seen as an attitudinal dimension and contains structures which reveal the ways the writers introduce themselves and express their opinions and commitments. It is the way that writers intrude to stamp their personal authority onto their arguments or step back and disguise their engagement (Hyland, 2005, 2018). Therefore, several studies have been conducted on the use of the authorial voice in the academic genres (e.g. Jomaa & Alia, 2019; Dessen-Hammouda, 2014; Hood, 2010; Zhao & Llosa, 2008). That is, corpus-based approaches have provided insights by identifying and quantifying the linguistic and rhetorical features related to the use of the authorial voice (e.g. Hyland, 2008, 2010; Thompson, 2012). For instance, Hyland's study focused on the disciplinary differences in the use of the authorial voice. In his study, Hyland (2010) investigated the use of the interactional and evaluative linguistic devices, such as boosters and hedges across disciplines. In their study, Morton and Storch (2019) found that students in the humanities and social sciences used more 'self-mentions' compared to students from the hard sciences due to epistemological differences of the disciplines.

A study by Ozdemir and Longo (2014) investigated the cultural variations in the use of the metadiscourse markers between Turkish (26) and USA postgraduate students' abstracts (26) in MA thesis written in English employing Hyland's (2005) taxonomy. Hence, the corpora in their study comprised a total of 52 thesis abstracts written in English. The analysis revealed that Turkish students used metadiscourse transitions, frame markers, and hedges more than USA students.

In another study, Noorian and Biria (2017) investigated the persuasive role of the interpersonal metadiscourse markers in L2 opinion articles written by a group of American and Iranian EFL journalists. Though both groups were found to use interpersonal metadiscourse, significant differences concerning the occurrences of the interpersonal markers were noticed due to different factors like culture-driven preferences, genre-driven conventions, and Iranian EFL writers' extent of foreign language experience. As a result, their study stressed the need for more contrastive studies in the area of metadiscourse in L2 writing courses.

The ethnolinguistic factors were explored by Hashemi and Hosseini (2019) to investigate the effect of culture on adopting a stance in the applied linguistics research articles of two groups: native speakers of Persian and native speakers of English based on Hyland's (2005) model. The findings revealed varied use of stance markers, whereby hedges, boosters, attitude markers, and self-mentions were utilized differently. Their findings also illustrated that culture affects stance features, thereby may negatively affecting the Persian writers' socialising into an English culture. Consequently, their study implied that EFL writers should be provided with the conventions and patterns like thinking devices for a better academic writing.

In the context of the Malaysian universities, Jomaa and Alia's (2019) study related to the use of the metadiscourse in L2 academic writing analysed the frequency of modality in the citations of the literature review chapters of 20 Ph.D. theses employing the Systemic Functional Linguistics. Their study identified the constituents of the clause involving mood adjuncts, comments adjuncts, and finite modal operators which are used to communicate modalisation and modulation in the integral and non-integral citations. The findings showed that EFL postgraduates showed lack of knowledge in the evaluative expressions and a difficulty in adopting an authorial stance (Jomaa & Bidin, 2017). However, due to having limited information on how expert authors use the metadiscourse in outstanding journals, the current study explored the use of metadiscourse devices in Scopus indexed journals representing the hard and the soft domains.

3. METHOD

3.1. Research Framework

The present study is based on analyzing the use of the metadiscourse markers in the abstracts of ten Scopus indexed journals in the hard and the soft domains. The metadiscourse constituents were analyzed based on the modality under the Systemic Functional Linguistics (Halliday, 1985; Halliday & Matthiessen, 2014). According to Halliday & Matthiessen (2014), polarity is a choice between yes and no, but there are intermediate degrees which reveal that these are not the only possibilities. These degrees can be described as different sorts of indeterminacy that fall in the middle like '*sometimes*' or '*maybe*'. These intermediate levels, between the positive and negative poles, are known collectively as MODALITY. Hence, the modality system construes the region of uncertainty that lies between '*yes*' and '*no*'. In other words, modality can be explained as the speaker's judgment or the request of the judgement of the listener/reader on the status of what is being said (It could be.../ Could not it be?) Both polarity and modality can be realized through the Mood element either through the Finite element (It must be...) or through a separate mood Adjunct (It certainly is.....). The interpersonal judgment, however, extends beyond the 'core' grammatical system of modality to include the assessments of temporality and intensity.

These can be realized like modality through mood Adjuncts (e.g. It already is...../ It almost is.....), and other types of assessments beyond the mood itself that relates either to the proposition being exchanged (e.g. Fortunately, it is.....) or to the act of exchanging it (e.g. Frankly, it is.....).

Sampling

The current study employed a purposeful sampling in choosing the abstracts of ten top journals, including, as shown in Table 1, Economics, Linguistics, Literature, Education and History that belong to the hard domain. On the other hand, Medicine, Engineering, Chemistry, Physics, and Computer Science belong to the hard domain. Ten articles were taken from each journal.

Table 1. The sampling of the current study

Specialisation	Number of abstracts	Year/s of publication	Words
Economics	10	2018/2019	1605
Linguistics	10	2016/2017/2018	1969
Literature	10	2018/2019	2154
Education	10	2018	2044
History	10	2018	2586
Medicine	10	2016/2017/2018	2888
Engineering	10	2017/2018/2019	3058
Chemistry	10	2019	1709
Physics	10	2017/2019	1809
Computer Science	10	2019	2115
Total	100 Abstracts		21937 words

4. RESULTS

4.1. Components of the Clause

In clauses of the abstracts used to exchange information, two components are involved: MOOD and RESIDUE. MOOD involves the ‘Subject’ and the ‘Finite’, whereas the RESIDUE consists of a ‘Predicator’, a ‘Complement’, and an ‘Adjunct’ as explained in Examples (1) and (2).

Example (1)

They	can	experience and develop an awareness of the behaviors required to facilitate their future.
Subject	Finite	
Mood		Residue

(Soft domain/Linguistics/First abstract)

Example (2)

Vaccination and health care providers	should	check CDC’s influenza website periodically for additional information.
Subject	Finite	
Mood		Residue

(Hard domain/Medicine/10th abstract)

4.2. Mood Components of the Clause

The MOOD component of the clause consists of two constituents which are the ‘Subject’ and the ‘Finite’, as in Example (3).

Example (3)

Russia	Can	Only connect to the political, economic, and cultural life of eurasia.
Subject	Finite	
Mood		

(Soft domain/History/4th abstract)

The second essential constituent of the MOOD in full declarative clauses is the ‘Finite’ which is the verbal type element. The functional role of the ‘Finite’ in the clause is to make the proposition definite and arguable. In other words, the ‘Finite’ is used to express modalisation (probability/certainty) and modulation (obligation/inclination). Example (4) demonstrates the ‘Finite’ as a constituent in the clause.

Example (4)

Players	may	show characteristics different than their player type.
Subject	FINITE	
Mood		Residue

(Soft domain/Education/1st abstract)

Table 2 shows the number and frequencies of using the ‘Finite’ to express modality in the abstracts of the journal articles.

Table 2. ‘Finite’ in the Abstracts of Hard Domain and Soft Domain Articles

Modality	Soft domain		Hard domain		Total
	F	%	F	%	
Modalisation (probability and usuality)	54	50.5%	53	49.5%	107
Modulation (obligation and inclination)	9	42.86%	12	57.14%	21
Total	63	49.2%	65	50.8%	128

The abstracts of the soft and hard domains journal articles approximately have the same percentage of using the ‘Finite’ to express modalisation (50.5%) and (49.5%), respectively. Quantitatively speaking, this percentage may be affected by tenor as a variable of the register. Therefore, after taking this issue into consideration, the authors of the soft domain journals used more finite modal operators expressing modality compared to the hard domain. Although the difference is not that noticeable, it may reveal the influence of tenor that is represented by the authors of each domain. Those who belong to the academic community of the soft domain inclined to use a higher frequency of modality since the soft domain is based on the strength of the arguments. Conversely, those who belong to the academic community of the hard domain used modality with a lower frequency since the hard domain is based on facts rather than arguments. Consequently, modality was used with a lower percentage. However, the authors in the soft domain used less ‘Finite’ modal operators (42.86%) than the authors in the hard domain (57.14%) to express modulation, (9) and (12), respectively. These occurrences, however, may not be generalized due to the small numbers of the abstracts.

Identifying the ‘Finite’ constituent is based on the sequence. In other words, when there is a group of verbal elements, the ‘Finite’ constituent is the first part of the verbal group, as in example (5).

(5) Children **could play** the game autonomously with minimum adult assistance. (Soft domain/Education/8th abstract)

In some examples, there is no explicit 'Finite' constituent in the clause. Rather, the 'Finite' is fused with the predicator, as in example (6).

(6) The evidence collected **suggests** that PEN is a suitable replacement for TPB in liquid argon neutrino detectors. (Hard domain/Physics/2nd abstract)

In example (6), the first clause has no explicit 'Finite' constituent. Rather, the 'Finite' is fused with the Predicator 'collected'. Hence, the 'Finite' constituent is of two kinds; *Temporal Finite Verbal Operators* anchor the proposition by reference to time. These give tense to the finite, including the present, past or future. The examples below demonstrate the use of the 'Finite' as a '*Temporal Finite Verbal Operator*':

(7) The present study **investigates** how Ian McEwan's *Enduring Love* (1997) re-defines human ethical qualities within a Darwinian framework. (Soft domain/literature/4th abstract)

(8) We **investigated** their effects on the gas transfer velocity of CO₂ in a large annular wind-wave tank filled with natural seawater from the North Atlantic Ocean. (Hard domain/Ocean Engineering/4th abstract)

(9) Quadrivalent vaccines **will** include an additional influenza B virus strain, a B/Phuket/3073/2013-like virus (Yamagata lineage). (Hard domain/Medicine/10th abstract)

In examples (7) and (8), the 'finite verbal operator' in 'investigates' refers to the simple present and the 'finite verbal operator' in 'investigated' refers to the simple past. However, in example (9), the 'finite verbal operator' represented by 'will' refers to the future tense explicitly.

The other kind of Finite is called '*Finite Modal Operators*'. These kinds of 'Finite' make the proposition arguable by allowing the author to adopt a stance and project his/her voice. In other words, the author can express his/her attitude through either modalisation involving probability and/or usuality or modulation involving obligation and/or inclination. This stance can range from high, though median to low. The examples below illustrate such use of the '*Finite Modal Operators*' to express modalisation (probability and certainty).

(10) Russian domination, influence, control and pressure **may** also be reasons for lack of progress and success. (soft domain/history/5th abstract).

(11) This Special Issue **will** hold great interest for both experts and general readers. (Soft domain/history/6th abstract)

In example (10), the Finite '*may*' reveals a low stance of probability. In contrast, the Finite Modal Operator '*will*' in example (11) expresses a median stance of probability. Consequently, between positive and negative clauses, two degrees of probability were found, including median and low, as in Figure 1.

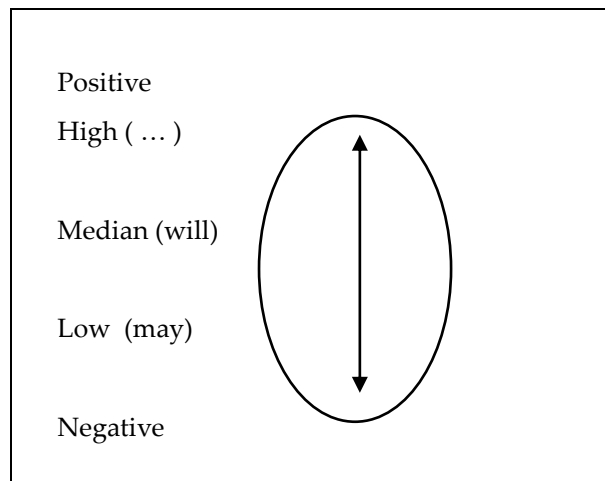


Figure 1. Finite Modal Operators to Express Degrees of Probability

Finite Modal Operators are not limited only to Modalisation to express probability, but they are also employed to express Modulation with different rates of stance ranging from high through median and low. Modulation included expressing either obligation and/or inclination, as in examples (13) and (14).

(13) *With this approach, the rotational effects **must** be included in the contact formulation.* (Hard domain/Computer science/5th abstract)

(14) *The study explains why game-based learning activities with Kinect technology **should** be integrated into the foreign language courses.* (Soft domain/Education/10th abstract).

In example (13), the Finite Modal Operator ‘*must*’ is used to express a high stance of obligation. On the other hand, the Finite Modal Operator ‘*should*’ in example (14) expresses a median stance of obligation, as demonstrated in Figure 2.

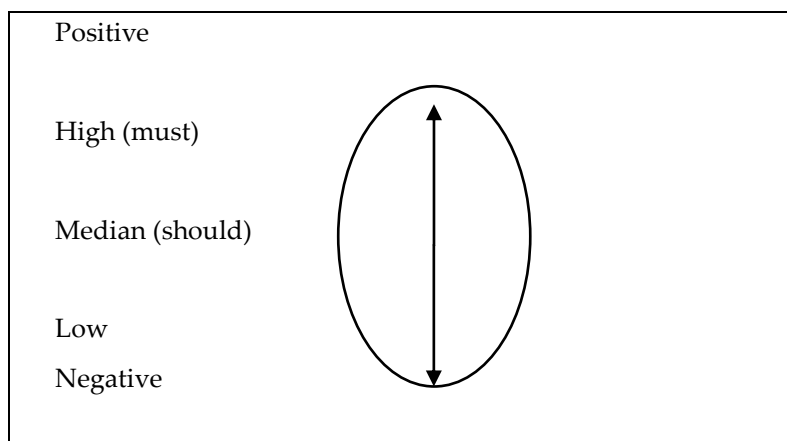


Figure 2. Finite Modal Operators to Express Degrees of Obligation

These Finite Modal Operators are also used to express inclination, as in example (15).

(15) *Accordingly, more focus **will** be on the poet’s experiences.* (SD/Literature/6th abstract)

Finite constituents can carry another semantic feature which is *polarity*. This polarity makes the proposition either positive or negative, as in example (16).

(16) *In practice, this means that researchers **cannot** eliminate or even alleviate problems of model misspecification by choosing K.* (soft domain/economics/6th abstract)

However, in non-finite clauses, there is no ‘Finite’ constituent. This includes perfective and imperfective clauses as in example (17).

(17) *The findings are significant in that they suggest a relationship between content analysis for SP and SNA measures, implicating SNA as an emerging research method for the investigation of SP. (Soft domain/linguistics/2nd paragraph)*

To conclude, 'Finite' constituents were either explicitly used or implicitly fused with the predicator. These 'Finite' constituents significantly indicate the tense, make the proposition arguable, and imply polarity. Figure 3 presents the numbers of finites revealing modality in the abstracts of each journal.

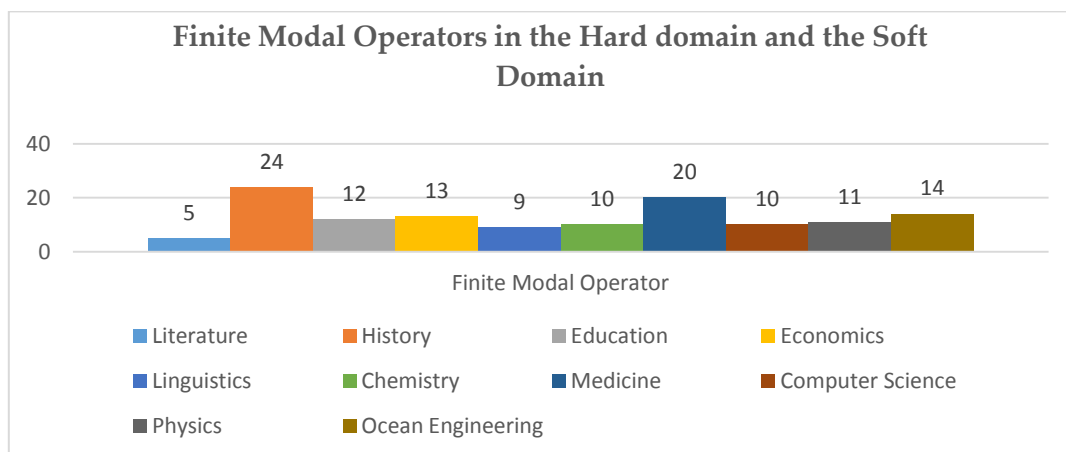


Figure 3. The Frequencies of Finite Modal Operators Revealing Modality

The highest percentage of finite was found in the abstracts of history from the soft domain and medicine from the hard domain, (24) and (20), respectively. Unexpectedly, the lowest occurrence of the use of finite to express modality was found in the literature abstracts (5). In contrast, the medicine abstracts showed a higher frequency of the finite modal operators expressing modality. This result might show the tendency of the authors in the medicine field to discuss the probable effects of specific vaccinations. That was also true for the history abstracts which showed the highest percentage compared to other abstracts. This can be ascribed to the authors' tendency to make their discussion arguable. The other journals included finite modal operators to express modality, modalisation and modulation, ranging from (9) in the Linguistics abstracts through (10), (10), (11), (12), (13) in the Computer Science, Chemistry, Physics, Education, and Economics, respectively, to (14) in Ocean Engineering abstracts.

4.3. Residue Component of the Clause

The second component of the clause is RESIDUE, which is less essential to the arguability of the clause. Similar to MOOD, the RESIDUE includes more than one constituent, including a 'Predicator', a 'Complement', and an 'Adjunct'. The predicator, which is the lexical part of the verbal group, carries the lexical meaning and specifies the type of the processes involved in the clause, as demonstrated in examples (18) and (19).

(18) *This article examines U.S. policy toward the supercontinent of Eurasia from the collapse of the Soviet Union to the present. (Soft domain/History/6th abstract)*

(19) *The presented work proposes to improve the Distinct Lattice Spring Model in order to deal with non-regular domains. (Hard domain/Computer science/5th)*

In both examples (18) and (19), when analyzing the clause based on the constituents used, the predicator 'examines' is divided into two parts; half a part is in the MOOD component of the clause, whereas the other part is in the RESIDUE component of the clause, as in example (20).

(20)

Strong winds	transported		the larval plume far longshore, to the NW, away from the Capricorn Bunker Group
Subject	Finite	Predicator	Complement
Mood		Residue	

(Hard domain/Ocean Engineering/3rd abstract)

The 'Complement' constituent that follows the predicator is the second constituent of the RESIDUE, as in example (21).

(21) *This will require **computational models**.* (Hard domain/Chemistry/4th abstract)

The main function of the 'Complement' is to enhance the clarification of the communicated information. 'Adjunct' is another constituent of the RESIDUE that is either adverbial or prepositional rather than nominal and adds additional information that is not essential to the clause.

(22) *This paper studies **sinthomatique writing** (a) **in Saul Bellow's Herzog** (b) **in the form of letter-writing**.* (Soft domain/literature/3rd abstract)

Adjuncts that add information to the interpersonal meanings encompass two types: Modal Adjuncts and Comment Adjuncts. Modal Adjuncts are also constituents that add interpersonal meanings to the clause. Only two types of Modal Adjuncts including Mood Adjuncts and Comment Adjuncts were found in the abstracts of the 100 abstracts. Mood Adjuncts are considered as a part of the MOOD component of the clause, thus revealing a meaning that is closely related to the Finite Modal Operators. In other words, the Mood Adjuncts were used to express modalisation (probability and usuality). For more clarification, in example (23), the Mood Adjunct 'likely' expresses a median stance of probability, whereas example (24) includes the Mood Adjunct 'always' to reveal a high degree of usuality of the action.

(23) *Instruction on perception contrasts is more **likely** to be successful with the use of phonetically variable input.* (Soft domain/linguistics/8th paragraph)

(24) *Although these recommendations are meant to serve as a source of clinical guidance, health care providers should **always** consider the individual clinical circumstances of each person seeking family planning services.* (Hard domain/Medicine/6th abstract)

Table 3 demonstrates the number of Mood Adjuncts used in Modalisation to reveal either probability or usuality. (28) Mood Adjuncts were used in the abstracts of the ten journals. (42.86%) of Mood Adjuncts were used in the soft domain abstracts, whereas (57.14%) were used in the hard domain abstracts. That is probably because both groups are familiar with the use of the mood adjuncts. The majority of these Mood Adjuncts express modalisation (usuality); (61.11%) were used in the hard domain abstracts, whereas (38.89%) were used in the soft domain abstracts. That may be ascribed to the good level of knowledge in using such expressions by the authors in the hard domain more than those in the soft domain. The high use of usuality markers can be due to the focus on the importance of mood adjuncts in teaching the English tenses. This was followed by Mood Adjuncts to reveal probability.

Table 3. Mood Adjuncts in the Abstracts of the Soft and Hard Domain Abstracts

Modalization	Soft domain		Hard domain		Total
	F	%	F	%	
Probability	5	55.56%	4	44.44%	9
Usuality	7	38.89%	12	61.11%	19
Total	12	42.86%	16	57.14%	28

The stance of revealing probability by means of the Mood Adjuncts is also of different degrees ranging from high through median to low, as in examples (25) and (26).

(25) *The authors assume that the evolution of the international system goes in the direction of a new bipolarity, where Eurasia will play a role of a new geostrategic and economic pole, while the West, **probably** limited by “Greater America” will become another one. (Soft Domain/History/2nd abstract)*

(26) *The systematic increase in the ligand quotient with dissolved iron concentration **likely** contributes toward the trend of increasing ligand quotient. (HD/Ocean engineering/9th abstract)*

The Mood Adjuncts ‘probably’ and ‘likely’ are used to express a median stance of probability. Similarly, Mood Adjuncts are also used to reveal the stance of frequency and usuality. This stance has different grades, ranging from high through median to low, as in examples (27), (28), and (29), respectively.

(27) *Although these recommendations are meant to serve as a source of clinical guidance, health care providers should **always** consider the individual clinical circumstances of each person seeking family planning services. (Hard Domain/Medicine/6th abstract)*

(28) *In IO applications, normalizations are **usually** made on switching costs, such as entry costs and scrap values. (Soft Domain/Economics/7th abstract)*

(29) *The 2016 U.S. Selected Practice Recommendations for Contraceptive Use (U.S. SPR) addresses a select group of common, yet **sometimes** controversial or complex, issues regarding initiation and use of specific contraceptive methods. (Hard Domain/Medicine/9th abstract)*

Figure 4 illustrates the Mood Adjuncts of probability and frequency and their different degrees used in the abstracts of the articles in both hard and soft domains.

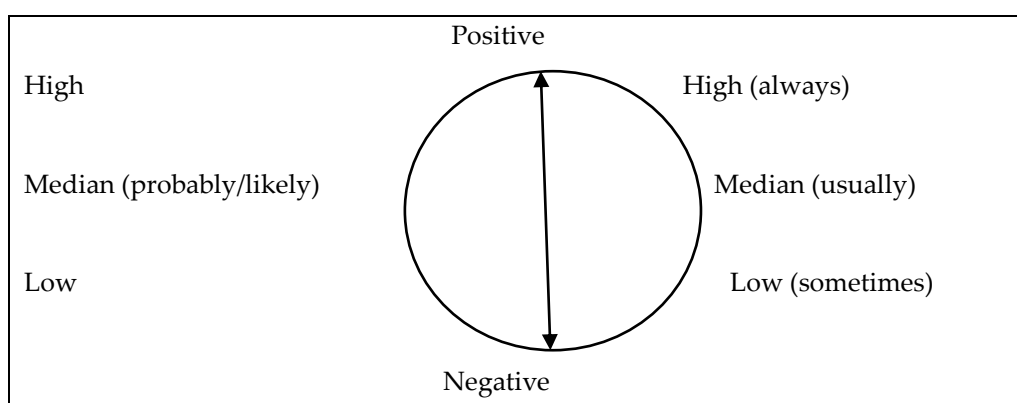


Figure 4. Mood Adjuncts of Probability and Frequency

Mood Adjuncts are also used to express other aspects of stance. These included expressing PRESUMPTION through using the Mood Adjunct ‘markedly’, as in example (30).

(30) *By optimizing the reaction conditions, the CO conversion could be **markedly** increased to 49.3% with a slight drop in selectivity. (Hard Domain/Chemistry/ 9th abstract)*

Another type of Mood Adjunct is used to express TIME by means of using the adverbial ‘still’, as in example (31).

(31) *Students **still** cannot develop their language skills. (Soft Domain/Education/ 10th abstract)*

Mood Adjuncts can express DEGREE through using the adverbial ‘entirely’ as in example (32).

(32) *Men are presented as normal sexual beings, whereas women are **entirely** excluded from this discourse. (Soft Domain/Literature/2nd abstract)*

Other Mood Adjuncts can also express INTENSITY through using the adverbials ‘only’ in example (33) and ‘really’ in example (34).

(33) *Results of a paired Wilcoxon signed-rank test found that participants entered the course with high expectations for the digital textbook and ratings remained high over the term, with **only** one area showing a significant decrease in engagement. (Soft Domain/linguistics/7th abstract)*

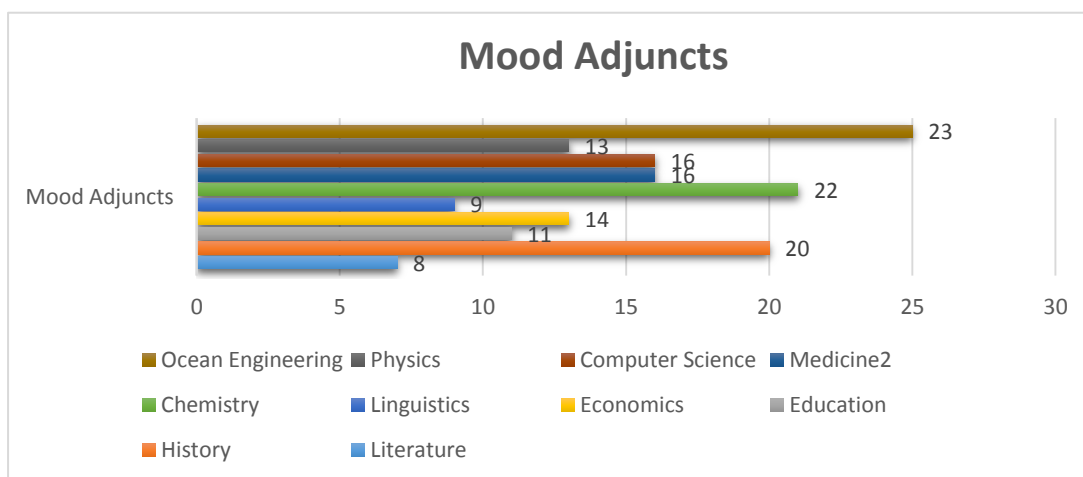
(34) *However, this calibration process may be fastidious and **really** hard to manage. (Hard Domain/Computer science/ 5th abstract)*

Figure 4 presents the number of Mood Adjuncts used in the abstracts of the articles. (152) Mood Adjuncts are used in the abstracts; a total number of 62 (40.8%) of Mood Adjuncts is used in the abstracts of the soft domain, whereas 90 (59.2%) Mood Adjuncts are used in the abstracts of the hard domain. Table 4 shows the number of modal adjuncts found in the abstracts of the journals that belong to the hard domain and the soft domain.

Table 4. The Numbers of the Modal Adjuncts Expressing Modality

Mood adjuncts	Soft Domain	Hard Domain
Probability and usuality	13	16
Intensity	13	10
Degree	20	39
Time	6	13
Presumption	10	12
Total	62	90
Total	152	

Figures 5 demonstrates the number of Mood Adjuncts used in the abstracts of each journal in the soft and hard domains.



Figures 5. The numbers of Mood Adjuncts used in the abstracts of each journal

Although Mood Adjuncts are secondary rather than basic constituents of the clause, they play highly significant functional roles in revealing different aspects of the author's stance. Thus, Mood Adjuncts were highly used in the abstracts, and that can be ascribed to the authors' familiarity of employing the mood adjuncts reflecting probability, usuality, degree, time and presumption, specifically by the authors in the hard domain.

Adjuncts can also add to the interpersonal meanings through using **Comment Adjuncts**. These types of Adjuncts express the author's stance about the whole clause, thus occurring in an initial position or directly after the 'Subject'. These adjuncts express different types of meanings. For example, some Comment Adjuncts express **ASSERTION** through using the adverbials 'importantly' as in example (35).

(35) *More importantly, the approach is the first of its kind in the modeling of epithelial and embryonic cell layers.* (Hard Domain/Computer science/2nd abstract)

Some Comment Adjuncts express **HOW DESIRABLE** something is through using the adverbial 'unfortunately', as in example (36).

(36) *Unfortunately, the existing mapping algorithms can deal adequately only with relatively simple reactions but not those in which expert chemists would benefit from computer's help.* (Hard Domain/Chemistry/ 1st abstract)

Some Comment Adjuncts reveal the **VALIDITY** of something through using the adverbials 'generally' in example (37).

(37) *Generally, this difficulty is bypassed by using inverse methods, also known as calibration processes, able to translate macroscopic stress-strain relationships into local force-displacement interaction laws compatible within DEM frameworks.* (Hard Domain/Chemistry/5th abstract)

The total numbers of comment adjunct used in the soft and hard domains are (13) and (18), 40.7% and 59.3%, respectively. Figure 6 shows the percentage of using the Comment Adjuncts in the abstracts of each domain.

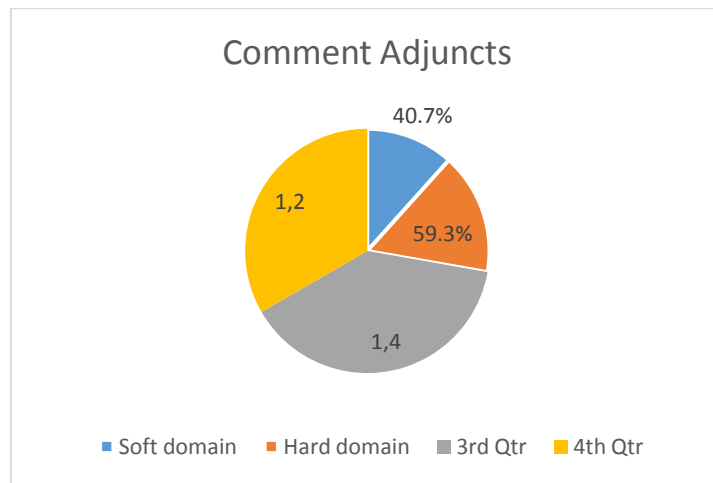


Figure 6. Comment Adjuncts Used in the Abstracts of the Hard and Soft Domains

Table 5 presents the number of comment adjuncts found in the abstracts of the ten journals' abstracts.

Table 5. Comment Adjuncts in the Abstracts of the Hard and Soft Domains

Comment adjuncts		
	Number	%
Soft domain	11	40.7%
Hard domain	16	59.3%
Total	27	

Table 5 shows the use of comment adjuncts expressing modality in the abstracts of each domain. This may reflect the extent to which the authors are familiar with these conventions. Unlike the soft domain's authors, the authors of the hard domain journals showed a good level of familiarity with the use of the mood adjuncts. The authors in the soft domain were expected to use a higher level of adjuncts revealing modality since their studies depend on arguments more than those in the other group, and that can be attributed to their unfamiliarity with such conventions.

Table 6. Comment Adjuncts Expressing Modality in Each Journal's Abstract

Domain	Journal	Occurrence
Soft Domain	Linguistics	2
	Education	-
	Economics	2
	History	7
	Literature	-
	Total	11
Hard Domain	Chemistry	4
	Medicine	-
	Computer Science	6
	Physics	3
	Ocean Engineering	3
	Total	16

A few number of verbs were used in the abstracts to express obligation and inclination as shown in examples (38) and (39), respectively.

(38) We investigated the pedagogical use of Spaceteam ESL, a mobile game that **requires** intelligible and fluent computer-mediated oral exchanges among players. (Soft Domain/Linguistics/9th abstract)

(39) This study thus **aims** to fill this gap in the literature. (SD/Linguistics/4th abstract)

The total numbers of modality occurrences in the abstracts of the journals' articles in the soft and hard domains are (151) and (194), respectively. Regarding the authors' orientation in modalisation and modulation, both domains showed a higher percentage in the subjective orientation compared to the objective one, (62.6%) for the soft domain and (55.77%) for the hard one. However, the authors in the soft domain showed more subjectivity in their use of modality compared to the hard domain. That could be because of the fact that, unlike the soft domain, the hard domain depends on facts more than arguments and personal opinions. Consequently, the authors of the articles in the soft domain were less objective than those in the hard domain, (37.4%) and (44.23%), respectively.

Table 7 includes the total numbers of modality occurrences and the percentage of each orientation.

Table 7. The Orientation of Using Modality in the Abstracts of Hard and Soft Domains

Domain	Orientation	Occurrence	Percent	Total
SD	Objective implicit	32	35.2%	34(37.4%)
	Objective explicit	2	2.2%	
	Subjective implicit	57	62.6%	57(62.6%)
	Subjective explicit	-	0%	
Total				91
HD	Objective implicit	42	40.38%	46(44.23%)
	Objective explicit	4	3.85	
	Subjective implicit	56	53.85%	58(55.77%)
	Subjective explicit	2	1.92%	
Total				104

Examples (40, 41, 42, 43, 44, 45, 46 and 47) show the types of modality orientation that were found in the abstracts of each journal.

(40) In IO applications, normalizations are **usually** made on switching costs, such as entry costs and scrap values. (Soft Domain/Economics/7th abstract) Objective/Implicit

(41) It **may** be that educating toward multiculturalism leads to an atmosphere of openness and egalitarianism. (Soft Domain/Education/1st abstract) Objective/Explicit

(43) We show that local misspecification **can** affect the asymptotic distribution. (Soft Domain/Economics/6th abstract) Subjective/Implicit

(44) Wounds in their tissues are **frequently** observed. (Hard Domain/Computer science/2nd abstract) Objective/implicit

(45) It is highly desirable to develop robust catalysts that **could** enhance the CO conversion. (Hard Domain/Chemistry/9th abstract) Objective/Explicit

(46) Persons **should** seek advice from their health care providers when considering family planning options. (Hard Domain/Medicine/6th abstract) Subjective/implicit

(47) We **believe** that the simulations will help to unravel new insights. (Hard Domain/Computer Science/2nd abstract) Subjective/Explicit

Table 8 shows the modality orientation of each journal.

Table 8. The Modality Orientation in the Abstracts of Each Journal

Domain	Journal Specialization	Modality Orientation			
		OBJ/IMP	OBJ/EXP	SUB/IMP	SUB/EXP
SD	<i>Linguistics</i>	8	-	8	-
	<i>Education</i>	7	1	10	-
	<i>Economics</i>	6	1	12	-
	<i>History</i>	7	-	22	-
	<i>Literature</i>	4	-	5	-
	<i>Total</i>	32	2	57	-
HD	Chemistry	4	1	8	-
	Medicine	20	1	17	-
	Computer Science	5	-	8	1
	Physics	4	-	11	-
	Ocean Engineering	9	2	12	1
	<i>Total</i>	42	4	56	2

Table 8 presents the modality orientation in the journals separately. The highest occurrence in the objective one implicitly was noticeably clear in the second group; the mean number 8.4, and the highest journal in showing implicit objectivity was Medicine (20). On the other hand, the mean number in the soft domain abstracts was (6.4), and the Linguistics abstracts showed the highest occurrence of implicit objectivity orientation (8). The lowest, on the other hand, was shown in Literature (4). The total numbers of the explicit objective orientation in modality in the hard and soft domains were (4) and (2), respectively. On the other hand, the authors showed nearly the same implicit subjectivity in the soft domain (mean number 11.4) and hard domain (mean number 11.2). The highest occurrence was found in the History abstracts (22), whereas the lowest one occurred in the Literature, which is (5). Regarding the explicit subjectivity, only two occurrences were found in the hard domain, whereas none was used in the soft domain.

5. DISCUSSION

The present study adopted the modality of the Systemic Functional Linguistics Approach which aimed at exploring the use of the metadiscourse markers in 100 abstracts of 10 Scopus indexed journals listed as Q1 and are free access based on the SJR (Scientific Journal Ranking). Identifying the metadiscourse markers involved focusing on mood adjuncts, comments adjuncts, and finite modal operators used to communicate modalisation and modulation. In examining the stance of the writers, it was found that Finite Modal Operators as 'Finite' constituents and adverbials as Mood adjunct were used to reveal modalisation and/or modulation. Modalisation included probability and usuality, whereas modulation included obligation and inclination. The stance that was expressed ranged from a high stance through median to low. Comment Adjuncts were also employed in revealing varied stances. Both domains demonstrated a higher percentage in the subjective orientation compared to the objective one, (62.6%) for the soft domain and (55.77%) for the hard domain. On the other hand, the authors in the soft domain showed less objectivity in their use of modality than those in the hard domain, (37.4%) and (44.23%), respectively. That could be because the hard domain depends on facts more than arguments and personal opinions.

In this context, Dunleavy (2003) emphasized that a thesis writer should meet the expectations of their readers since English language is 'writer-responsible'. That is, the writer or the speaker is responsible for clarifying and organizing the concepts to make reading/speech easily understood by the readers/listeners (Hinds, 1987). One significant key to acknowledge their roles as writer responsible is through using metadiscourse (Dahl, 2004) in order to organize the text and

interact with the reader. Hence, Metadiscourses are used to reveal the academic voice which is rather challenging in English for non-native speaker writers (Shen, 1989; Jomaa & Bidin, 2017; Jomaa & Alia, 2019). Consequently, moderating a writer's claim is fundamental which should be neither too strong nor too weak.

Hyland (2005) and Hyland and Tse (2004) point out that metadiscourses that involve adverbs, such as hedges and boosters, are used to reveal the writer's stance and establish his/her membership to a certain academic community. The high density of mood adjuncts, comments adjuncts and finite modal operators in Applied Linguistics compared with the low number in Information Technology (Jomaa & Alia, 2019) showed the effect of tenor on the interpersonal meanings (Halliday, 1985; Halliday & Martin, 1993; Eggins, 1994; Halliday & Matthiessen, 2014). In other words, each field has its own readers who expect certain expressions and vocabulary from the writers.

6. CONCLUSIONS

Metadiscourses are used to reveal the writers' voice which is considered challenging for EFL and ESL writers (Shen, 1989; Jomaa & Bidin, 2017; Jomaa & Alia, 2019). Thus, moderating a writer's claim is fundamental which should be neither too strong nor too weak. Stance markers provide communicative strategies for emphasizing or understating a statement, especially the adverbs which are considered essential linguistic resources employed by writers to interact with the reader and to illustrate the degree of certainty regarding the provided information (Çakır, 2016).

Adopting the Systemic Functional Linguistics approach resulted in presenting several aspects of the metadiscourse markers, including modal adverbs, mood adjuncts, and comment adjuncts. Consequently, based on the discussion of several studies related to the use of the voice and authorial stance, it seems that the textbooks and academic materials prepared for postgraduate students should be improved in line with the disciplinary linguistic features and characteristics. In other words, these academic textbooks should focus on the norms and conventions of each discipline, such as using citations, reporting verbs, metadiscourse markers, and other discipline-specific linguistic structures. Swales' (1990, 2014) findings, Thompson and Tribble's (2001) taxonomy, Hyland's (1999) taxonomy, and Jomaa and Alia's (2019) findings can be significantly beneficial for students when included in the academic writing courses. The findings of the present study are based on analyzing the text in context. Thus, such outputs are quite applicable to be used in English for Academic Purposes (EAP) teaching (Gardner, 2012). Future studies are recommended to analyze the metadiscourse markers by non-native speakers in other genres or other disciplines in order to enrich the findings related to the field of stance and the authorial voice.

REFERENCES

- Akinci, S. (2016). *A cross-disciplinary study of stance markers in research articles written by students and experts*, Unpublished PhD Thesis Submitted to Iowa State University.
- Dahl, T. (2004). Textual metadiscourse in research articles: a marker of national culture or of academic discipline? *Journal of Pragmatics*, 36, 1807–1825.
- Dressen-Hammouda, D. (2014). Measuring the voice of disciplinarity in scientific writing: A longitudinal exploration of experienced writers in geology. *English for Specific Purposes*, 34, 14-25.
- Dunleavy, P. (2003). *Authoring a PhD: how to plan, draft, write and finish a doctoral thesis or dissertation*. Hampshire, UK: Palgrave Macmillan.
- Eggins, S. (1994). *An Introduction to systemic functional linguistics*. London: Pinter.

- Gardner, S. (2012). Genres and registers of student report writing : An SFL perspective on texts and practices. *Journal of English for Academic Purposes*, 11(1), 52–63.
- Gray, B., & Biber, D. (2012). Current conceptions of stance. In *Stance and voice in written academic genres* (pp. 15-33). Palgrave Macmillan, London.
- Halliday, M. A. K., & Martin, J. R. (1993). *Writing science: Literacy and discursive power*. London: The Falmer Press.
- Halliday, M., Matthiessen, C. M. (2014). *An introduction to functional grammar (4th Edition)*. UK: Routledge.
- Halliday, M.A.K. (1985). *An introduction to functional grammar*. London: Edward Arnold.
- Hamoy, A. (2014). Voice in ESL academic writing: An interpersonal analysis, Unpublished Master Thesis Submitted to Marshall University.
- Hashemi, M. R., & Hosseini, H. (2019). Stance and Culture: A Comparative Study of English and Persian Authorial Stance in Applied Linguistics Research Articles. *Advanced Education*, 6(12), 21-27.
- Hei, K C. & David, M K. (2015). Basic and advanced skills they don't have: the case of postgraduates and literature review writing. *Malaysian Journal of Learning and Instruction*, 12, 131-150.
- Hinds, J. (1987). Reader versus writer responsibility: A new typology. In U. Connor & R. Kaplan (Eds.), *Writing across languages: Analysis of L2 Text* (pp. 141-152). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Hood, S. (2010). *Appraising research: Evaluation in academic writing*. Springer.
- Hyland, K. (1999). Academic attribution: citation and the construction of disciplinary knowledge. *Journal of Applied Linguistics*, 20(3), 341-367.
- Hyland, K. (2005). *Metadiscourse: Interactions in writing*. London: Continuum.
- Hyland, K. (2008). Academic clusters: Text patterning in published and postgraduate writing. *International Journal of Applied Linguistics*, 18(1), 41-62.
- Hyland, K. (2010). Metadiscourse: Mapping interactions in academic writing. *Nordic Journal of English Studies*, 9(2), 125-143.
- Hyland, K. (2012). Undergraduate understandings: Stance and voice in final year reports. In *Stance and voice in written academic genres* (pp. 134-150). Palgrave Macmillan, London.
- Hyland, K. (2018). *Metadiscourse: Exploring interaction in writing*. Bloomsbury Publishing.
- Hyland, K., & Jiang, F. K., (2018a). "In this paper we suggest": Changing patterns of disciplinary metadiscourse. *English for Specific Purposes*, 51, 18-30.
- Hyland, K., & Jiang, F. (2018b). 'We Believe That...': Changes in an Academic Stance Marker. *Australian Journal of Linguistics*, 38(2), 139-161.
- Hyland, K., & Tse, P. (2004). Metadiscourse in academic writing: a reappraisal. *Applied Linguistics*, 25(2), 156-177.
- Jomaa, N. J., & Alia, M. M. (2019). Functional Analyses of Metadiscourse Markers in L2 Students' Academic Writing *Arab World English Journal*, 10(1) 361-381.
- Jomaa, N. J., & Bidin, S. J. (2017). Perspectives of EFL Doctoral Students on Challenges of Citations in Academic Writing. *Malaysian Journal of Learning and Instruction*, 14(2), 177-209.
- Liu, X. (2013). Evaluation in Chinese University EFL Students' English Argumentative Writing: An Appraisal Study. *Electronic Journal of Foreign Language Teaching*, 10(1).
- Morton, J., & Storch, N. (2019). Developing an authorial voice in PhD multilingual student writing: The reader's perspective. *Journal of Second Language Writing*, 43, 15-23.
- Noorian, M., & Biria, R. (2017). Interpersonal metadiscourse in persuasive journalism: A study of texts by American and Iranian EFL columnists. *Journal of Modern Languages*, 20(1), 64-79.

The Use of Metadiscourse Markers in the Academic Writing of Hard and Soft Domains

- Ozdemir, N. O., & Longo, B. (2014). Metadiscourse use in thesis abstracts: A cross-cultural study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 141, 59-63.
- Shen, F. (1989). The classroom and the wider culture: identity as a key to learning English composition', *College Composition and Communication*, 40(4), 459- 466.
- Swales, J. M. (1990). *Genre Analysis*. Cambridge University Press.
- Swales, J. M. (2014). Variation in citational practice in a corpus of student biology papers: From parenthetical plonking to intertextual storytelling. *Written Communication*. Vol. 31(1), 118-141.
- Thompson, P. (2012). Achieving a voice of authority in PhD theses. In *Stance and voice in written academic genres* (pp. 119-133). Palgrave Macmillan, London.
- Thompson, P., & Tribble, C. (2001). Looking at Citations: Using Corpora in English for Academic Purposes. *Language Learning and Technology*, 5(3), 91-105.
- Zhao, C. G., & Llosa, L. (2008). Voice in high-stakes L1 academic writing assessment: Implications for L2 writing instruction. *Assessing Writing*, 13(3), 153-170.



Evaluation of the Sous Vide Technique in terms of Quality and Safety

Kalite ve Güvenlik Kavramları Bağlamında Sous Vide Tekniğinin Değerlendirilmesi

Oğuz DİKER

¹Çanakkale 18 Mart Üniversitesi,
Turizm Fakültesi, Çanakkale,
Türkiye

ORCID:

O.D.: 0000-0002-9538-1621

Corresponding Author:

Oğuz DİKER

Email:

oguzdiker@comu.edu.tr

Citation: Diker, O. (2020).
Evaluation of the sous vide
technique in terms of quality and
safety. *Journal of Humanities and
Tourism Research*, 10 (3): 645-654

Submitted: 30.05.2020

Accepted: 01.09.2020

Abstract

Emerging sensibilities in consumption have increased the importance of food safety and quality in food production. The techniques preferred during the food production stage should intend to ensure food safety in all processing, cooking and preservation phases, thus enabling the quality to be maintained at a maximum level. The purpose of this study is to evaluate the sous vide technique in terms of food safety and quality. Existing studies in the literature refer to sous vide as a technique that is effective and integrated with all stages of food processing, cooking and preservation. The main objective of the technique is to minimize the risk of oxidation by means of transferring food into vacuum-sealed packages after necessary preparations are made and by cooking the food at a constant temperature so as to increase microbiological quality as well as preserve its shelf life and sensory properties. The results of the analysis of different types of food show that the food cooked and preserved by the sous vide technique completely preserves their sensory properties. Another fact the results revealed is that the extracts added during the processing phase of the food create a rich taste. On the other hand, the technique lowers oxidation risk in food, which in turn extends their shelf life and microbiological quality. With the abovementioned features, the sous vide technique is preferable in terms of efficient stock management and sustainability of the supply chain for small- and medium-sized food production establishments.

Keywords: Food, Sous Vide, Quality, Safety

Özet

Tüketimde ortaya çıkan hassasiyetler gıda güvenliği ve kalitesi kavramlarının yiyecek üretimindeki önemini arttırmıştır. Yiyecek üretimi aşamasında tercih edilecek teknikler ile gıdaların işlenmesinden, pişirilmesine ve muhafazasına kadar süreçlerin tamamında gıda güvenliğinin sağlanarak kalitenin en üst düzeyde tutulması sağlanmalıdır. Bu çalışmanın amacı gıda güvenliği ve kalitesi açısından uygunluk teşkil eden sous vide tekniğinin incelenmesidir. Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde sous vide tekniğinin, gıdaların işlenmesi, pişirilmesi ve muhafazası aşamalarının tamamında etkin ve entegre bir teknik olarak ifade edilmektedir. Tekniğin temel amacı, gıdaların gerekli ön hazırlıklar yapıldıktan sonra vakumlu paketlere aktarımı yoluyla oksidasyon riskinin en aza indirilmesi ve sabit ısıda gıdanın eşit olarak pişirilmesi böylece gerek mikrobiyolojik kalitenin yükselmesi gerekse raf ömrü ve duyuşal karakteristiklerin muhafazasının sağlanmasıdır. Farklı gıdalar üzerinde yapılan analiz sonuçlarında sous vide tekniği ile pişirilen ve muhafaza edilen gıdaların duyuşal karakteristik özelliklerinin aynen muhafaza edildiği yönündedir. Ayrıca gıdaların işlenmesi

aşamasında ilave edilen ekstraktların tat zenginliği oluşturduğu elde edilen diğer bir bilgidir. Diğer yandan tekniğin gıdaların oksidasyon riskini azaltması gıdaların mikrobiyolojik kalitesi ile raf ömürlerini uzatmaktadır. Bu özellikleri ile sous vide tekniği küçük ve orta ölçekli gıda üretimi yapan işletmelerde etkin stok yönetimi ve tedarik zincirinin sürdürülebilirliği açısından tercih edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Gıda, Sous Vide, Kalite, Güvenlik

1. INTRODUCTION

With the increasing consumer awareness, food quality and safety have gained even greater importance over the last years. These two concepts, which directly affect the demand for food, prove benefits for businesses particularly in sustainable competition. The first of these concepts, food quality, is the degree by which food is accepted, which varies based on consumer's or user's perception. In other words, it is the consumer's perception towards the food (Taoukis et al., 1997: 356). Food quality can also be defined as a combination of the properties and characteristics of the food, which may affect the consumers' and users' degree of food acceptance (Robertson, 2010: 17). Assessment of food quality includes multiple factors. Caswell et al. (1998) categorizes these factors under five headings. These are; food safety properties, nutritional properties, taste, color and odor properties, packaging properties and properties regarding the production process. Another classification examines the food quality factors as the perception towards food origin, ethics in food production, affective and extrinsic characteristics of food (Botonaki et al., 2006: 80).

Food safety, is defined as keeping the consumer safe against potential injuries, biological effects or losses (Holleran et al., 1999: 670). In other words, food safety is the management of the process between food production and consumption by eliminating the harmful effects on the public health. Food safety is a major factor affecting food preference and consumption, as well as affecting food quality. In addition, food safety is the main factor for determining and managing food quality (Aung and Chag, 2014: 173). Factors affecting food safety, and indirectly, food quality vary according to time and type of food, while the main variables are as follows (Van Boakel, 2008: 144);

- **Chemical reaction:** Reactions that often take place due to oxidations, non-enzymatic browning etc. and pose a major threat to food safety, thus impairing the food quality.
- **Microbiological reaction:** Depends on bacterial development in the food under various factors, in particular, fermentation. It has a direct impact on the food quality, and at higher levels, it can also directly affect the public health.
- **Biochemical reaction:** It may include the emergence of dangerous enzymes such as lipolysis, proteolysis etc., which impair food quality, due to microorganisms or endogenous activities that occur during fermentation and maturation periods. These enzymes are created as a result of the microorganisms or endogenous enzymes that develop during fermentation and maturation periods. At higher levels, they not only threaten the public health, but also have a negative impact on the environment.
- **Physical reaction:** Certain food are heterogeneous and have a particular structure. Since these particles are unstable, it may lead to bonds, degradations etc. that will affect the food quality. This compromises the physical structure of the food, and has a negative impact on the food quality and safety.

As one can see, food safety and food quality are critical issues as they are important for the health and safety of the community. So, supply, production and presentation processes are required to be primary topics in food choice and consumption. Techniques that will not only preserve the features of the food like color, taste and smell, have lower risk for food safety and are compatible with the food's features but also enrich them during food preparation process are

essential. Methods used during food preparation process will also affect various factors like the preservation and microbiological quality of the food etc. One of the food preparation techniques in terms of food safety and quality that gets attention is the “sous vide” technique. Since the 1970s, this technique provides many advantages with regards to food quality and safety. The purpose of this study is to define sous vide technique and reveal its effects in terms of food safety and quality. Therefore, in this study sous vide was examined conceptually using the secondary data collected from the literature.

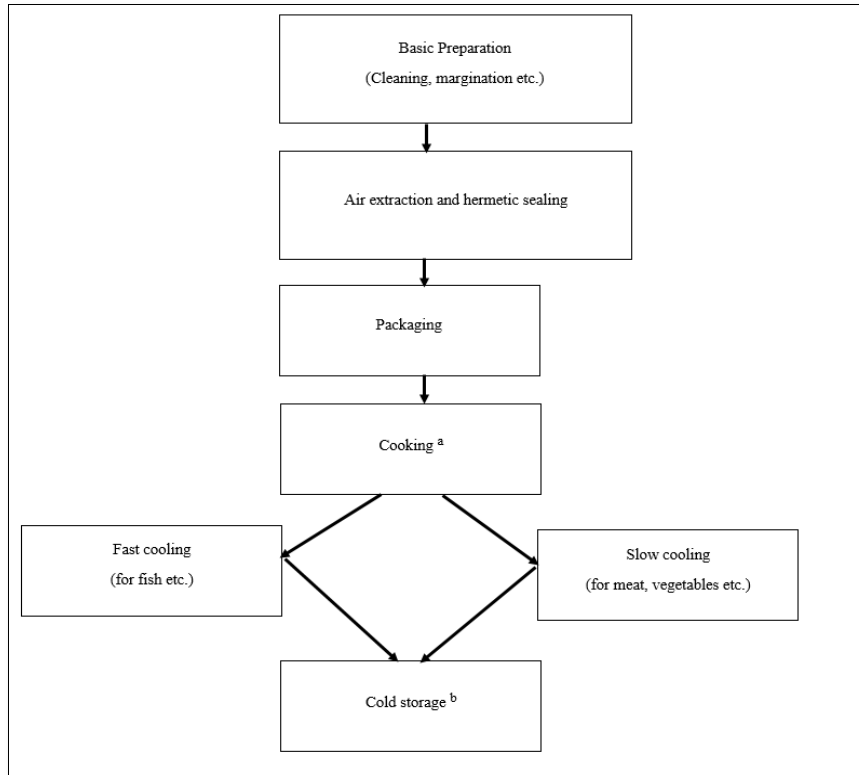
2. SOUS VIDE AND FOOD QUALITY

Sous Vide technique is one of the methods in which the food are subjected to as few procedures as possible that will affect the food’s freshness and originality, including heat treating processes. Etymologically a French word; sous vide means “vacuumed”. As a technique, sous vide expresses the preservation of raw food through directly or by cooking the end products of the raw food in controlled temperatures and preserving them in vacuumed packages with fixed temperatures. (Baldwin, 2012: 16).

As showed in Figure 1, just like in other food processing techniques, it involves; the preparation of raw material quality product, preliminary preparations (washing, treatment with sauce or other different materials), packaging, carrying out the vacuum packaging process with low oxygen permeability, cooking (through water bath usually under 100°C and between 65-90°C) and preservation of the product’s internal temperature by decreasing it below 3,3°C (usually between 0-3°C) (Ceylan and Şengör, 2017: 9).

Basic purpose of the technique is to prevent the oxidation of the food products by reducing contact with oxygen and preserve them fresh without getting spoiled (Oz and Zikirov, 2015: 121). Method involves two basic principles. First of them is preventing the loss of smell during cooking under the effect of moisture and water vapor and the second is preventing taste loss by limiting oxidative changes of the food (Church and Parsons, 2000: 156). The most important factor is the vacuum packaging method used in the technique.

Figure 1. Flow Diagram of Sous Vide Process



Note: a: Generally under 100 °C, b: Generally between 0/3 °C

Source: Adapted from Sebastia et al., 2010: 966

Two aspects that differentiates Sous Vide technique from other cooking techniques are; low cooking temperatures (usually under 100°C) and longer cooking times (48 hours and longer) (Oz and Zikirov, 2015: 121). Higher temperatures (100°C and above) and longer cooking periods are used for traditional cooking methods. Lowest cooking temperatures are used for cooking fish and meat (for example 70°C) while higher temperatures are used for vegetables (for example 95°C) (Schellekens, 1996:256).

Contributions of the technique to taste and smell of the food are apparent (Bongiorno et al., 2018: 117). There are many studies in the literature exhibits the contributions of sous vide technique to the taste, smell and flavor of the food. In their sensory analysis, Church and Parsons (2000) revealed that the food prepared with sous vide technique get higher points in terms of smell, food juice and aroma compared to other cooking techniques that are not vacuumed. According to Creed and Reeve (1998) one of the most important advantages of sous vide technique is the impact on food quality as it keeps smell, color and aroma integrity of the food. Aside from that, Peterson (1993), Gonzalez-Fandos et al. (2005), Baldwin (2012) mentioned the contributions of sous vide technique to the taste, smell and flavor of food in their studies.

3. FOOD SAFETY AND SOUS VIDE

Food safety refers to microbiological quality and shelf life durations. Having long shelf life, breaking away from manipulation and at an acceptable microbiological quality is the intended result of food safety applications. When viewed from this aspect, sous vide technique is frequently preferred by restaurants because of its low microbiological manipulation risk and consequently easier food chain management (Roldan et al. 2013: 572). Another reason that this technique is preferred might be the lack of data for epidemic observation in academic literature and epidemic database, originating from food that were cooked with sous vide (Haskaraca and Kolsarıci, 2013:

96). Another advantage of sous vide is the lower risk of bacterial growth. Analysis on different bacterial types were performed during studies on the microbiological quality of sous vide technique. Major ones are; *Clostridium botulinum* (Schellekens, 1996; Gould, 1999; Baldwin, 2012), *Listeria* and *Salmonella* (Roldan et al., 2013; Gonzalez-Fandos, et al., 2005; Sebastia et al., 2010), *Clostridium perfringens* (Sebastia et al., 2010; Aran, 2001; Juneja, 2006), *Enterobacteriaceae* (Diaz et al., 2009; Picouet et al., 2011; Garcia-Linares et al., 2004.). Research indicate that bacterial growth slows down and time frame is prolonged when food is cooked using sous vide technique.

Table 1. Total Plate Counts in Sous Vide Products over a Five-Week Storage Period at 3°C

Product	Raw Material Quality	Total plate count (CFU/g) after storage (weeks)					
		0	1	2	3	4	5
Rack of lamb (68°C)	1×10 ⁴	<10	<10	6×10 ²	1×10 ³	7×10 ²	4×10 ⁷
Turkey breast (70°C/2 min)	7×10 ³	<10	<10	<10	<10	4×10 ²	2×10 ³
Fish bandong (70°C/2 min)	2×10 ⁴	2×10	3×10 ³	5×10 ²	4×10 ²	2×10 ²	2×10 ⁵
Whole baby potatoes (90°C/5 min)	6×10 ³	<10	<10	<10	<10	<10	3×10 ¹

Source: Nyati, 2000: 474

Nyati (2000) performed the microbiological quality of food which are processed with sous vide technique that *Listeria Monocytogenes*, *Salmonella*, *Clostridium Perfringens*, *Bacillus cereus* and *Enterobacteriaceae* screenings food can be seen in table 1. Observation of food that were prepared with different heat and cooking periods in 5 week storage periods and at 3°C showed that microbiological growth was in controllable levels because it was below 10-7×10³ CFU/g in the first four weeks and average time would take till the end of the 5th week. Many similar research indicate, microbiological qualities of food that are prepared using the sous vide technique last for longer periods. This reveals that sous vide technique prolongs the shelf life of food positively.

Shelf life is the time period between production and consumption in which the food maintains its satisfactory quality (Kilcast and Subramaniam, 2000: 1). Shelf life is one of the important elements that determine the food product quality. Awareness of consuming fresh food, have avoided people from using food that are too much processed like frozen food and led to products that are processed less and kept fresh (Gonzalez-Fandos et al., 2005: 77). This has caused an increase in the demand of sous vide technique (Bongiorno et al., 2018: 117). Sous vide technique; vacuum packaging, enable to consume food without any loose or change on nutritional values while heat treating and cold storage methods extend the shelf life of food (Sing et al., 2016: 63).

Food that are prepared with sous vide technique; their contact with oxygen is eliminated and they put into vacuumed packages in order to avoid the risk of oxidation. This ensures that the food keeps its freshness under proper storage conditions. Also, extracts that are added inside the vacuumed packages provide richness in taste. Another benefit is that; fixed temperature and cooking process in equal duration and heat ensures that each part of the food processed equally so as a result, there are no raw parts left and bacterial growth is inhibited. Lastly, possible microbiological growth is inhibited through cold storage and lengthening of the shelf life is ensured.

Table 2. Some Heat, Time and Shelf Life for Sous Vide Products

Specified Centre Temperature	Specified Time	Shelf Life (1/8°C)
70°C	40 minutes	6 days chilled shelf life
70°C	100 minutes	21 days chilled shelf life
70°C	1000 minutes	42 days chilled shelf life
70°C	2 minutes	5 days chilled shelf life
80°C	26 minutes	up to 8 days
90°C	10 minutes	10 days chilled shelf life

Source: Adapted from Creed, 1998: 59

Even though it depends on the type of the food, time spans for average shelf lives and average temperatures are given in table 2. Shelf life for sous vide products depends on both cooking and storage temperatures. Depending on the characteristics of the food, it changes between 6-42 days following the application of a fixed heat and after that cooling between 1-8°C (Schellekens, 1996: 256). Studies on the relation between sous vide and shelf lives food are primarily focused on range of meat products consisting of fish, chicken and lamp. However, there also studies focused on vegetables. Effects of sous vide technique on the shelf lives of primary food groups are examined below.

3.1. Effect of Sous Vide Technique on the Shelf Life of Seafood Products

Research mostly focus on the cooking of salmon fish using sous vide technology and their features after the cooking process . Ceylan and Şengör (2016) indicated that processing salmon fillets for 20 minutes at 65°C will prolong its shelf life up to 6 weeks. They also stated that with the usage of a seasoning mix (basil, dill, garlic), sous vide can also improve the sensory properties of the fish. In a similar study, Diaz et al. (2009) noted that with a cooking process of 43 minutes at 80°C for vacuumed packages which are marinated with 200 grams olive oil, 18 days of shelf life is achieved without a loss in sensory properties on condition if it's preserved at 2°C. Gozalez-Fandos et al. (2005) claimed that the optimum cooking temperature for salmon fish is 90°C and cooking period of time is 15 minutes. Researchers stated that cooking at 90°C for 15 minutes ensures the longest shelf life.

Mol et al. (2010) determined that cooking bonito fish fillets with sous vide method at 85°C for 10 minutes in 4°C preservation environment, 28 days of shelf life can be achieved. On the other side, processing the same product at 85°C for 10 minutes and preserving it in a 12°C environment has a shelf life of 15 days. In a research on spotted seerfish (*Scomberomorus guttatus*) by Singh et al. (2019) no spore forming was found for up to 65 days with a process of 13,5 minutes at 89°C or 90°C which were preserved in a fridge.

Clam is another seafood that was tested for nutritional values, sensory properties and shelf life by cooking it with sous vide technique. Bongiorno et al. (2018) calculated the shelf life of the clam cooked at 85°C for 10 minutes both with and without brine. According to the results, the shelf life is up to 21 days under proper preservation conditions. Addition of brine can be prolonged the shelf life up to 30 days.

3.2. Effects of Sous Vide on the Shelf Life of Meat and Meat Products

Reserach focused on analyzing chicken meat and chicken products by cooking them with sous vide technique . There are many research studies conducted on the use of sous vide technique for the determination of shelf life and microbiological qualities of chicken meat and chicken products which normally have a very short shelf life and excessive microbiological growth . Rybka-Rodger (2001) stated that under the condition that the chicken meat is cooked at 71°C fixed heat and preserved at 8°C, it can have a shelf life between 2 or 5-8 weeks. In a similar study,

Church and Parson (2000) tested the shelf life under different heat and time conditions such as 2 minutes at 70°C, 10 minutes at 80°C and 30 minutes at 80°C. They determined the processed food that were preserved at 5°C had a shelf life between 2.5 and 7 days. Another outcome of the research is that there are no sensory properties loss in terms of the taste, juice aroma etc. Another research focused on chicken wings that they were vacuum packaged, liaison with oxygen was eliminated and they were cooked between 75°C and 90°C. Preserving between 2°C and 7°C, they had a shelf life of up to 7 weeks (Wang et al., 2004).

Using sous vide technique, Tikka masala, sauced chicken and Bolognese sauce were separately cooked at 70°C for 900 minutes. and at 90°C for 45 minutes. Even though the food are prone to spoiling because of the other substances inside them apart from meat which is the main ingredient, they reach up to 40 days of shelf life after cooking with a 1,5°C of preservation environment (Armstrong and Mellveen, 2000).

Red meat requires longer cooking time than the other meat and meat products food. In a research by Uttaro et al. (2019), a cooking process of double stage and single stage with different temperatures and periods of time were applied to the steak using sous vide technique. Double stage sous vide technique was applied for cooking at 39°C for 1 hour, at 49°C for 1 hour, 59°C for 5 hours and single stage was applied at 59°C for 4 hours. These products had a shelf life of 1 week at 2°C and 2 weeks at 1,5°C.

3.3. Effect of Sous Vide Technique on the Shelf Life of Vegetables

Vegetables differ from other food groups as they are fragile food and in regards to cooking times and shortness of shelf life. Sun and Brosnan (1999) stated that applying vacuumed cooking and sous vide techniques to vegetables is not only enriched sensory properties of the food like aroma and taste but also prolonged their shelf lives. Another research by Church and Parson (2001) applied different temperatures and times to potatoes which was processed together with chicken meat; at 70°C for 2 minutes, at 80°C for 10 minutes and at 80°C for 30 minutes. It was determined that together with chicken meat, potatoes had a shelf life between 2.5 and 7 days in a preservation environment of 5°C.

Other research conducted on different vegetables like broccoli, zucchini, potato and carrot, Sebastia et al. (2010) reached distinctive results with different temperatures and period of time regarding the shelf life. They applied 65°C for 20 minutes and 117 minutes, 85°C for 7-28 minutes and 100°C for 15-20 minutes to broccoli, potato and carrot vegetables. However, a cooking process of 5 minutes at the same temperatures was applied to zucchini. They reached a conclusion that after applying ice water under 3°C for 2 hours, vegetables have a shelf life of up to 30 days in preservation environment.

4. CONCLUSION and DISCUSSION

Excessive industrialization in every aspect of production has increased the sensitivity of consumers. Especially in nutrition which is the most basic need, people are highly sensitive about food safety and food quality issues. During the supplying, processing, and preserving processes of food, food safety and food quality should be taken into consideration. Therefore, the most efficient methods should be chosen. Sous vide is one of the appropriate methods. It's a technical, integrated method that affects the processing, preparation and preservation of food. In this study, the effects of sous vide technique on food safety and quality were examined.

The usage of vacuumed packages which is the main process of sous vide technique minimize the oxidation risk and prevent the taste, smell and appearance loss of the food. Apart from that, extracts that are put inside the vacuumed packages provide richness in taste and smell. Technique

also affects the food quality as food are cooked in vacuumed packages in hot water pools. By means of the cooking process at a fixed temperature, all parts of the food are cooked equally. This is important for the characteristics of the food to come out. According to the evaluations of people participated in the sensory analysis tests on sous vide technique, juices and original tastes of food are generally preserved. This is also one of the main issues that affect the food quality.

Two main conclusions can be reached about sous vide technique with regards to food safety. One of this is microbiological quality and the other is shelf life. Sous vide technique contributes to the microbiological quality of food thanks to its cooking with equal heat and vacuumed packaging technologies. Research on different bacteria revealed that sous vide technique is more advantageous with regards to bacteria growth in food compared to classical cooking methods. This technique also affects shelf lives of food. Research reveal that different temperatures in different cooking period of times change the shelf lives of the food noteworthy. Therefore, this technique is critical especially for the cooking and preservation of more delicate food.

When all these conclusions are considered, it is obvious that use of sous vide technique will contribute to the food quality and security of small to mid-tier businesses. Especially regarding the stock management and supply chain management, businesses will have a competitive advantage. However, in industrial production, this method doesn't seem to be practical because of time and costs. This technique requires long times for application and maintenance. In addition, infrastructure and specialization issues increase the costs. This technique has both advantages and disadvantages. Future studies might provide insights especially in application of the technique and making comparisons of the advantages and disadvantages of the method.

REFERENCES

- Aran, N. (2001). The effect of calcium and sodium lactates on growth from spores of *Bacillus cereus* and *Clostridium perfringens* in a 'sous-vide' beef goulash under temperature abuse. *International journal of food microbiology*, 63(1-2), 117-123.
- Armstrong, G. A., & McIlveen, H. (2000). Effects of prolonged storage on the sensory quality and consumer acceptance of sous vide meat-based recipe dishes. *Food Quality and Preference*, 11(5), 377-385.
- Aung, M. M., & Chang, Y. S. (2014). Traceability in a food supply chain: Safety and quality perspectives. *Food control*, 39, 172-184.
- Baldwin, D. E. (2012). Sous vide cooking: A review. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 1(1), 15-30.
- Bongiorno, T., Tulli, F., Comi, G., Sensidoni, A., Andyanto, D., & Iacumin, L. (2018). Sous vide cook-chill mussel (*Mytilus galloprovincialis*): evaluation of chemical, microbiological and sensory quality during chilled storage (3 C). *LWT- Food Science and Technology*, 91, 117-124.
- Botonaki, A., Polymeros, K., Tsakiridou, E. & Mattas K. , (2006). The role of food quality certification on consumers' food choices, *British Food Journal*, Vol. 108 Issue: 2, pp.77-90.
- Caswell, J. A., Bredahl, M. E., & Hooker, N. H. (1998). How quality management metasystems are affecting the food industry. *Review of agricultural economics*, 20(2), 547-557.
- Ceylan, Z., & Şengör, G. F. Ü. (2017). Sous vide teknolojisi ile muamele edilen balıkların kalite parametrelerinin incelenmesi. *Aquatic sciences and engineering*, 32(1), 8-20.
- Church, I. J., & Parsons, A. L. (2000). The sensory quality of chicken and potato products prepared using cook-chill and sous vide methods. *International journal of food science and technology*, 35(2), 155-162.
- Creed, P. G., & Reeve, W. (1998). *Principles and applications of sous vide processed foods*. In . In: Ghazala, S. (Ed.), *Sous Vide and Cook-Chill Processing for the Food Industry*. Gaithersburg, MD., USA: Aspen Publishers Inc.

- Creed, P.G. (1998). *Sensory and nutritional aspects of sous vide processed foods*. In: Ghazala, S. (Ed.), *Sous Vide and Cook–Chill Processing for the Food Industry*. Gaithersburg, MD., USA: Aspen Publishers Inc.
- Díaz, P., Nieto, G., Bañón, S., & Garrido, M. D. (2009). Determination of shelf life of sous vide salmon (*Salmo salar*) based on sensory attributes. *Journal of food science*, 74(8), S371-S376.
- García-Linares, M. C., González-Fandos, E., García-Fernández, M. C., & García-Arias, M. T. (2004). Microbiological and nutritional quality of sous vide or traditionally processed fish: Influence of fat content. *Journal of Food Quality*, 27(5), 371-387.
- González-Fandos, E., Villarino-Rodríguez, A., García-Linares, M. C., García-Arias, M. T., & García-Fernández, M. C. (2005). Microbiological safety and sensory characteristics of salmon slices processed by the sous vide method. *Food Control*, 16(1), 77-85.
- Gould, G. W. (1999). Sous vide foods: conclusions of an ECFF Botulinum Working Party. *Food Control*, 10(1), 47-51.
- Haskaraca, G., & Kolsarıcı, N. (2013). Sous Vide Pişirme ve Et Teknolojisinde Uygulama Olanakları. *Academic Food Journal/Akademik GIDA*, 11(2), 94-101.
- Holleran, E., Bredahl, M. E., & Zaibet, L. (1999). Private incentives for adopting food safety and quality assurance. *Food policy*, 24(6), 669-683.
- Juneja, V. K. (2006). Delayed *Clostridium perfringens* growth from a spore inocula by sodium lactate in sous-vide chicken products. *Food microbiology*, 23(2), 105-111.
- Kilcast, D., Subramaniam, P. (2000). *Leatherhead Food Research Association*. In Kilcast, D., Subramaniam, P. (Ed.), *The stability and shelf-life of food*. Woodhead Publishing Limited CRC Press, NW, USA.
- Mol, S., Ozturan, S., & Cosansu, S. (2012). Determination of the quality and shelf life of sous vide packaged bonito (*Sarda sarda*, bloch, 1793) stored at 4 and 12C. *Journal of Food Quality*, 35(2), 137-143.
- Nyati, H. (2000). An evaluation of the effect of storage and processing temperatures on the microbiological status of sous vide extended shelf-life products. *Food Control*, 11(6), 471-476.
- Oz, F., & Zikirov, E. (2015). The effects of sous-vide cooking method on the formation of heterocyclic aromatic amines in beef chops. *LWT-Food Science and Technology*, 64(1), 120-125.
- Petersen, M. A. (1993). Influence of sous vide processing, steaming and boiling on vitamin retention and sensory quality in broccoli florets. *Zeitschrift für Lebensmittel-Untersuchung und Forschung*, 197(4), 375-380.
- Picouet, P. A., Cofan-Carbo, S., Vilaseca, H., Ballbè, L. C., & Castells, P. (2011). Stability of sous-vide cooked salmon loins processed by high pressure. *Innovative Food Science and Emerging Technologies*, 12(1), 26-31.
- Robertson, G. L. (2010). *Food packaging and shelf life*. In Robertson, G. L. (Ed.), *Food packaging and shelf life. A practical guide*. Boca Raton, FL: CRC Press, NW, USA.
- Roldán, M., Antequera, T., Martín, A., Mayoral, A. I., & Ruiz, J. (2013). Effect of different temperature–time combinations on physicochemical, microbiological, textural and structural features of sous-vide cooked lamb loins. *Meat science*, 93(3), 572-578.
- Rybka-Rodgers, S. (2001). Improvement of food safety design of cook-chill foods. *Food Research International*, 34(5), 449-455.
- Schellekens, M. (1996). New research issues in sous-vide cooking. *Trends in Food Science & Technology*, 7(8), 256-262.
- Sebastiá, C., Soriano, J. M., Iranzo, M., & Rico, H. (2010). Microbiological quality of sous vide cook–chill preserved food at different shelf life. *Journal of Food Processing and Preservation*, 34(6), 964-974.

Evaluation of the Sous Vide Technique in terms of Quality and Safety

- Singh, C. B., Kumari, N., Senapati, S. R., Lekshmi, M., Nagalakshmi, K., Balange, A. K., Venkateshwarlu, G. & Xavier, K. M. (2016). Sous vide processed ready-to-cook seerfish steaks: Process optimization by response surface methodology and its quality evaluation. *LWT-Food Science and Technology*, 74, 62-69.
- Sun, D. W., & Brosnan, T. (1999). Extension of the vase life of cut daffodil flowers by rapid vacuum cooling. *International Journal of Refrigeration*, 22(6), 472-478.
- Taoukis, P. S., Labuza, T. P. & Saguy, I. S. (1997). *Kinetics of food deterioration and shelf-life prediction*. In K. J. Valentas, E. Rotstein R. P. Singh (Ed.), *Handbook of food engineering practice*. FL: CRC Press, NW, USA.
- Uttaro, B., Zawadski, S., & McLeod, B. (2019). Efficacy of multi-stage sous-vide cooking on tenderness of low value beef muscles. *Meat science*, 149, 40-46.
- Van Boekel, M. A. (2008). Kinetic modeling of food quality: a critical review. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 7(1), 144-158.
- Wang, S. H., Chang, M. H., & Chen, T. C. (2004). Shelf-life and microbiological profile of chicken wing products following sous vide treatment. *International Journal of Poultry Science*, 3(5), 326-332.



Covid 19'un Birleşik Krallık'taki Şirketlere Etkisi Üzerine Görgül Bir Araştırma

The Effect of Covid-19 on Companies in the United Kingdom

Muhammet Ali YETGİN

¹Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Karabük, Türkiye

ORCID:

M.A.Y.: 0000-0002-8120-4704

Corresponding Author:

Muhammet Ali YETGİN

Email:

m.ali.yetgin@karabuk.edu.tr

Citation: Yetgin, M. A. (2020). Covid 19'un Birleşik Krallık'taki şirketlere etkisi üzerine görgül bir araştırma. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 655-663.

Submitted: 01.06.2020

Accepted: 01.09.2020

Özet

Çin'in Vuhan kentinde 2019 yılının son aylarında ortaya çıkmış olan Covid-19 pandemisi, tüm dünyada sağlık, sosyal ve ekonomik hayatı felce uğratmıştır. Bu çalışmanın temel amacı, Covid-19 virüsünün Birleşik Krallık'ta faaliyet gösteren ulusal ve uluslararası şirketlerine etkisini araştırmaktır. Covid 19'un Birleşik Krallık'ta teknoloji, telekomünikasyon ve medya gibi önemli alanlarda faaliyet gösteren şirketlerin içinde bulunduğu FTSE TechMARK All Share (FTTASX) endeksi ile ilaç, biyoteknoloji, tıbbi cihaz ve malzemeler sektörlerinin içinde bulunduğu FTSE TechMARK Mediscience endeksine etkisi araştırılmıştır. Araştırmada kullanılan veriler SPSS paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada Kolmogorov-Smirnov normallik analizi, Pearson korelasyon katsayısı analizi, ANOVA ve lineer regresyon analizleri kullanılmıştır. Covid-19'un hem teknoloji hem de tıbbi medikal şirketlerin bulunduğu endekslere anlamlı bir şekilde etki ettiği görülmüştür. Covid-19'da ki artış teknoloji şirketleri değerinde azalışa neden olurken, medikal şirketlerin değerinde artışa neden olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Wuhan, Koronavirüs, Covid-19

Abstract

The coronavirus (Covid-19) spread from Wuhan, China has affected health, social and economic life. The main purpose of this study is to investigate the effect of the Covid-19 virus on companies which are in the UK. In the UK, there is the FTSE TechMARK All Share (FTTASX) index, which includes companies operating in key areas such as technology, telecommunications and media. In addition, there is the FTSE TechMARK Mediscience index, which includes the pharmaceutical, biotechnology, medical device and materials sectors. The effects of Covid-19 on these two indices were investigated. SPSS software was used in the study. In the study, Kolmogorov-Smirnov normality analysis, Pearson correlation coefficient analysis, ANOVA and linear regression analysis were used. Covid-19 had a significant effect on both indices. The increase in Covid-19 causes a decrease in the value of technology companies. It caused an increase in the value of medical companies.

Keywords: Wuhan, Coronavirus, Covid-19

1. GİRİŞ

İnsanlık tarihi boyunca Dünya'da birçok pandemiler yaşanmıştır. 20. yüzyılın başında görülen İspanyol gribi ile H1N1, SARS, kuş gribi, MERS gibi salgın virüsler ile insanlık mücadele etmiştir. Küresel pandemilerin sağlık yönü ile etkilerinin yanında ekonomik etkileri de bulunmaktadır. Ancak pandemilerin orta ve uzun vadeli makroekonomik etkileri hakkında yeterli bilgi sağlanamamıştır (Jorda ve Diğ., 2020: 1).

Covid-19'un ortaya çıkışı insanların sağlık, sosyal ve ekonomik hayatına etki etmiştir. Birçok ülkede hızlı bir şekilde yayılan koronavirüs pandemisinde, en çok etkilenen ülkelerin başında Çin Halk Cumhuriyeti, Amerika Birleşik Devletleri, İtalya, İspanya ve Birleşik Krallığın olduğu görülmüştür. Koronavirüs nedeni ile insanlar evlerine çekilmiş, okulların faaliyetleri durmuş, tüm sosyo-kültürel faaliyetler askıya alınmış ve hizmet, üretim faaliyetleri yavaşlamıştır (Aslan, 2020: 39). Koronavirüsün ABD ve Avrupa'daki etkisinin, 1929 Büyük Buhranına göre daha çok şiddetli olduğu ifade edilmiştir (Abodunrin ve Diğ. 2020: 14).

Birleşik Krallık, pandeminin ilk ortaya çıktığı dönemlerde kendi kendine bağışıklık olan "Herd immunity" yöntemini devreye koymuş ancak bu yöntemin başarılı olmadığı tespit edilmesi ile karantina uygulamalarına başlanmıştır. Birleşik Krallık için koronavirüs ile ilgili 31 Ocak 2020'den 8 Temmuz 2020 tarihine kadar 285.772 vaka sayısı ve 44.236 ölüm kayıtlara geçmiştir (Dünya Sağlık Örgütü, 2020).

Diğer ülkeler gibi, Covid-19, Birleşik Krallık ekonomisini ve ekonominin ana aktörleri ticari işletmeleri de doğrudan etkilemiştir. Birçok sektörde faaliyet gösteren işletmelerin faaliyetleri belirli bir süre durdurulmuştur. Bu çalışmada, Covid 19'un Birleşik Krallık'ta faaliyet gösteren ticari işletmelere etkisinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Sosyal bilimlerde, Covid-19 ile ilgili literatürde henüz yeterli araştırma olmadığı görülmektedir. Bu çalışmanın, Covid 19'un ticari işletmelere etkisinin ölçülmesi ile bilime yeni bir katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

2.1. Covid-19

Çin Halk Cumhuriyeti'nin Vuhan şehrinde ilk kez görülen koronavirüs (Covid-19), sonrasında tüm dünyaya yayılmıştır. Dünya Sağlık Örgütü'nün açıklamasına göre, Covid-19 virüsünün SARS ve MERS ile benzer olan (Abodunrin ve Diğ. 2020: 14), coronaviridae familyasından bir RNA virüsü olduğu (Huang ve Diğ., 2019: 497) belirtilmiştir. Koronavirüs hastalığı (Covid-19) olarak bilinen uluslararası solunum yolu salgın hastalığı, şiddetli akut solunum sendromu koronavirüs 2 (SARS-CoV-2) olarak da tanımlanmıştır (Moss ve Diğ., 2020: 46). Koronavirüs tedavisi için belirgin bir ilaç olmaması ve aşısının olmaması nedeni ile Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak ilan edilmiştir. Covid-19'a karşı yürütülecek kontrol mücadelesi, tıbbi tedbirler, halk sağlığı tedbirleri ve ekonomik tedbirler olarak sınıflandırılmıştır (ULİSA, 2020: 15). SARS ve 2009 grip salgını ile ilgili deneyimler, salgına karşı çözümün biraz zaman aldığını göstermiştir (Watkins, 2020: 1). En yüksek Covid-19 vakası bildiren on ülke içinden hiçbirisinin etnik kökenle ilgili veri rapor etmediği görülmüştür (Pareek ve Diğ., 2020: 1421).

İngiltere'de, 30 Ocak 2020'de ilk Covid-19 vakası tespit edilmiştir. İngiltere Halk Sağlığı, Covid-19 olduğundan şüphelenilen hastaları yönetme konusunda güncellenmiş rehber yayınlamış ve bu rehber düzenli olarak güncellenmiştir (Razai ve Diğ., 2020: 1). 24 Mart 2020'de İngiltere'deki 90.000 kişi Covid-19 için test edilmiştir (Gareth, 2020: 1). Birleşik Krallık 'ta, 31 Ocak 2020 saat 18:45 ile 28 Mayıs 2020 arasında, Covid-19 nedeni ile 37.460 ölüm ve 267.244 onaylanmış Covid-19 vakası görülmüştür (Dünya Sağlık Örgütü, 2020). Ülkenin Başbakanı Boris Johnson: "Şimdi herkesin başkalarıyla zorunlu olmayan teması ve tüm gereksiz seyahatleri durdurma zamanı, herkesten evden çalışmaya başlayabilecekleri bir yere ihtiyacımız var, barlardan ve restoranlardan

kaçınmalısınız” açıklamasında bulunmuştur (Elizabeth, 2020: 1). Ayrıca, kitlesel toplantıları yasaklamayacağını, ancak insanlara karşı onlara tavsiyede bulunduğunu ve polis ve ambulans gibi kamu hizmetlerinin büyük etkinlikler için uygun olmayacağını söylemiştir (Elizabeth, 2020: 1). Birleşik Krallık Hükümeti, bireylere evde kalmaları ve gerekli işler dışında evlerini terk etmektan kaçınmaları, günde bir tür egzersiz yapmaları ve yiyecek ve ilaç gibi temel eşyaları satın almaları talimatını veren katı fiziksel mesafe ölçütlerini uygulamaya koymuştur (Jarvis ve Diğ., 2020: 2). İngiltere Hükümeti tarafından kabul edilen kısıtlamaların Covid-19'un iletiminde bir azalmaya yol açtığı görülmüştür (Jarvis ve Diğ., 2020: 8). Hanelerin ve bakım evlerinin düzenli testlere tabii olabilmesi ve sonuçlarının negatif olanlarının yaşamlarına normal bir şekilde devam etmeleri önerilmiştir (Julian, 2020: 1). İngiltere’de yapılan bir çalışmada bulgularda, salgının yüksekliğinin ve atak oranının yüksek oranda bulaşmasının, mevsimselliğe bağlı olduğu ve bulaşma riskindeki küçük değişikliklerin bile risk altındaki nüfusun mekânsal ayrışması nedeniyle saldırı hızında büyük değişikliklere yol açabileceği belirtilmiştir (Danon, 2020: 9). Bu nedenle kontrol önlemleri ve iletim oranındaki mevsimsel değişikliklerin bir kombinasyonu, salgının zirvesini 2020/21 kışına kaydırabileceği öngörülmüştür (Danon, 2020: 9).

2.2. Covid-19’un İşletmelere Etkisi

Koronavirüsün hızlı bir şekilde yayılması birçok endişeyi de beraberinde getirmiştir (Aslan, 2020: 36). Bazı ekonomistler Covid-19 sonrası yaşanan ekonomik sıkıntıları, 1929 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde patlak veren Büyük Buhrandan daha şiddetli olduğunu belirtmişlerdir (Abodunrin ve Diğ. 2020: 14). Covid-19 nedeni ile borsaların yaklaşık olarak %50 veya daha fazla oranda zarar gördüğü, kredi piyasalarının donduğu, büyük iflaslar izlediği, işsizlik oranlarının %10'un üzerine çıktığı ve GSYİH oranlarında %10 veya üzerinde bir daralmaya neden olduğu belirtilmiştir (Abodunrin ve Diğ. 2020: 19).

Koronavirüsün yayılması (Covid-19) küresel ekonomide çok ciddi bir duraklamaya neden olmuştur ve birçok ticari sektör haftalarca faaliyet gösterememiştir (Kohlscheen, 2020: 1). Koronavirüs özellikle turizm alanında faaliyet gösteren sektörleri doğrudan etkilemiş ve turizm destinasyon taleplerinin azalmasına ya da durdurulmasına neden olmuştur (Çetin ve Ünlüönen, 2019: 122). Gelişmekte olan ülkelerde, yoğun yabancı sermaye çıkışı, ihracatta yaşanan daralma ve hammadde fiyatlarında özellikle de petrol fiyatlarında yaşanan düşüşler nedeni ile bazı risklerde beraberinde görülmüştür (ULİSA, 2020: 24). Salgından en çok etkilenen ticari işletmeler restoran ve kafeler, ulaştırma, havayolu işletmeciliği, petrol ve doğalgaz, otomotiv, tarım, tüketici mamulleri ve imalat sektörleri olarak belirtilmiştir (ULİSA, 2020: 25). Ticari işletmeler açısından negatif arz ve talebin olduğu bir dönem olmuştur (ULİSA, 2020: 24).

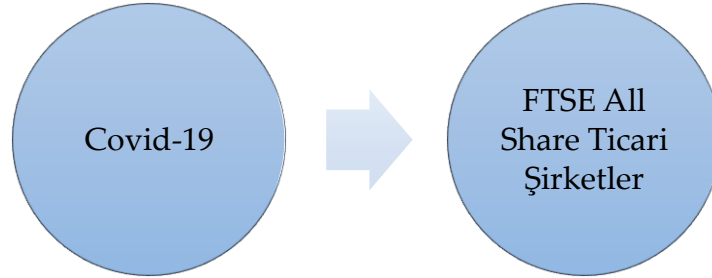
Bazı ekonomistler, tek başına bir finansal kriz değil, daha kompleks ve sonuçlarının tam kestirilemediği bir kriz olduğu konusunda görüş bildirmişlerdir (ULİSA, 2020: 24). Ülkenin istikrarı ve makroekonomik dengeler için cari işlemler açığının güçlü formda sürdürülebilirliğinin sağlanmasının ülke ekonomisi için önem arz ettiği belirtilmiştir (Yıldız, 2020: 289). Bu bağlamda ülke ekonomisinde cari açıkta lokomotif görev gören önemli aktörlerin başında ülkenin ticari şirketleri gelmektedir. Ticari şirketlerin ihracat ve ithalat oranları ile ülke ekonomileri ciddi bir oranda şekil almaktadır. Bu çalışmada Covid-19’un Birleşik Krallık ticari işletmelerine etkisinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu ölçümün yöntemi olarak, Covid-19 günlük vaka sayılarının, Birleşik Krallığa ait büyük işletmelerin bulunduğu, FTSE TechMARK All Share ve FTSE TechMARK Mediscience endekslerine olan etkileri analiz edilmiştir. Endeks olarak ele alınmasında temel amaç olarak, Birleşik Krallık şirketleri hisseleri ile bir bütün olarak ele alınmış ve tüm bu şirketlerin yatırım ve hisseleri ile Covid-19 günlük vaka sayısı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı, anlamlı bir ilişki var ise Covid 19’un bu ticari işletmelerin yatırım veya hisselerdeki değişimin yüzde kaçını açıklayabildiği ortaya konulmak istenilmiştir. FTSE TechMARK All Share

endeksinde, Birleşik Krallığın birçok önemli telekomünikasyon, bilişim ve medya işletmeleri bulunmaktadır. Bu işletmelerin çok uluslu işletmeler olması, bu analizin önemini de ortaya koymuştur. FTSE TechMARK All Share endeksinde, Aptitude, Astrazeneca, Aveva Grp, Bae Sys., Batm Advanced, Bt Group, Cml Microsystem, Computacenter, Dialight, Flutter Ent, Genus, Glaxosmithkline, Gresham Tech, Meggitt, Micro Focus, Ncc Grp, Oxford Biomed., Oxford Instrmnt, Qinetiq, Renishaw, Ricardo, Rm, Sage Grp, Sdl, Smith & Nephew, Spectris, Spirent, Triad Grp., Ultra Elec., Vectura, Vodafone Grp., Xaar, Xp Power işletmeleri bulunmaktadır (London Stock Exchange, 2020). FTSE TechMARK Mediscience endeksinde, ilaç, biyoteknoloji, tıbbi cihaz ve malzemeler üreten işletmeler bulunmaktadır. Bu işletmeler Genus, Oxford Biomed., Vectura olarak bilinmektedir (London Stock Exchange, 2020).

3. YÖNTEM

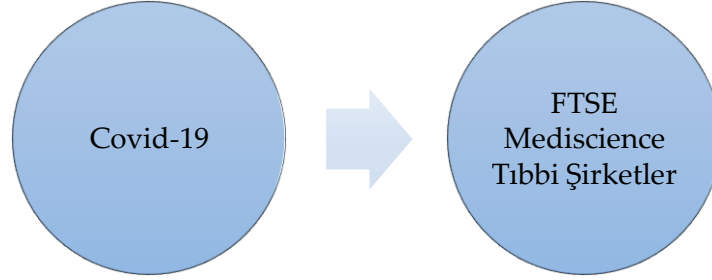
3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmada iki farklı model ve bu iki modele göre iki farklı hipotez oluşturulmuştur. Araştırmanın ilk modelinde Covid 19'un FTSE TechMARK All Share'e etkisi ölçülmüştür ve Şekil 1'de ki gibi gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın ikinci modelinde Covid 19'un FTSE TechMARK Mediscience'a etkisi ölçülmüştür ve Şekil 2'de ki gibi gösterilmiştir.



Şekil 2. Araştırmanın Modeli

Birinci araştırmanın modeline göre aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₁: Covid 19'un, FTSE TechMARK All Share piyasasına negatif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.

İkinci araştırmanın modeline göre aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₂: Covid 19'un, FTSE TechMARK Mediscience piyasasına negatif yönlü anlamlı bir etkisi vardır.

3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Evreni

Araştırmanın sınırlılığı, Dünya Sağlık Örgütü ve Londra Borsası'nın açıkladığı veriler ile sınırlıdır. Araştırmanın bir başka kısıtlılığı ise araştırmada kullanılan verilerin 03 Şubat 2020 – 14 Ağustos 2020 tarihleri arasına ait olmasıdır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada, Birleşik Krallıktaki günlük koronavirüs vaka sayılarına ait veriler Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO) internet sitesinden Birleşik Krallığa ait açıkladığı verilerden elde edilmiştir. FTSE TechMARK All Share ve FTSE TechMARK mediscience endekslerine ait veriler Londra Borsasına ait web sitesinden elde edilmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen veriler, IBM SPSS Statistics Version paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmada teknoloji, telekomünikasyon ve medya ile ilgili şirketlerin bulunduğu FTSE TechMARK All Share endeksi ile ilaç, biyoteknoloji, tıbbi cihaz ve malzemeler şirketlerinin bulunduğu FTSE TechMARK Mediscience endeksleri ayrı ayrı analiz edilmiştir. İlk analizde, bağımlı değişken olarak FTSE TechMARK All Share ve bağımsız değişken olarak Birleşik Krallık'ta görülen günlük koronavirüs vakaları ele alınmıştır. Bağımlı değişken olan FTSE TechMARK All Share için normallik analizi yapılmıştır. Sonrasında FTSE TechMARK All Share endeksi ile Covid-19 günlük vaka sayıları arasında pearson korelasyon katsayısı analizi ve ANOVA testi yapılmıştır. Lineer Regresyon analizi ile Covid 19 günlük vaka sayısının, FTSE TechMARK All Share endeksine etkisine bakılmıştır. Araştırmanın ikinci analizinde, bağımlı değişken olarak FTSE TechMARK Mediscience ve bağımsız değişken olarak Birleşik Krallık'ta görülen günlük koronavirüs vakaları ele alınmıştır. Bağımlı değişken olan FTSE TechMARK mediscience endeksi verileri için normallik testi analizi yapıldıktan sonra Pearson korelasyon katsayısı ile FTSE TechMARK mediscience ve Covid-19 günlük vaka verileri arasındaki ilişkiye bakılmıştır ve ANOVA testi ile doğrulanmıştır. Lineer Regresyon analizi ile Covid 19 günlük vaka sayısının, FTSE TechMARK mediscience endeksine etkisinin yüzdesi ortaya çıkmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Normallik Testi

Doğrusal regresyon analizinde, Y bağımlı değişkeni normal dağılım göstermelidir (Özdamar, 2018: 191). Bu nedenle öncelik olarak normallik analizi yapılması gerekmektedir.

FTSE TechMARK All Share (FTTASX)

Araştırmada, FTSE TechMARK All Share (FTTASX) bağımlı değişken, Covid-19 bağımsız olarak belirtilmiş, Y değeri olarak tanımlanan FTSE TechMARK All Share (FTTASX) değişkeni için normallik analizi yapılmıştır ve analizde değerlendirilen toplam değişken sayısı (N=194) olarak ele alınmıştır. Araştırmanın tanımlayıcı değerlerine göre mean, mod, median değerlerinin birbirlerine yakın olması, skewness ve kurtosis değerlerinin ± 1 sınırları içinde 0'a yakın olması normal bir veri dağılımı olduğunu göstermektedir. Araştırmada mean değeri 3672,5286 median değeri 3714,6300 olarak bulunmuştur. Skewness değeri,-433 ve Kurtosis değeri ,153 olarak bulunmuştur. 03 Şubat 2020 -14 Ağustos 2020 tarihleri arasındaki FTSE TechMARK All Share (FTTASX) verilerinin normallik analizinde Kolmogorov-Smirnov normallik analizine göre istatistik p değeri ,115 olarak ortaya çıkmış ve $p \leq 0,05$ olmadığından verilerin dağılımı normal olduğu görülmüştür.

FTSE TechMARK Mediscience

Araştırmada, FTSE TechMARK Mediscience bağımlı değişken, Covid-19 bağımsız değişken olarak belirtilmiş, Y değeri olarak tanımlanan FTSE TechMARK Mediscience değişkeni için normallik analizi yapılmıştır ve analizde değerlendirilen toplam değişken sayısı (N=194) olarak ele alınmıştır. Araştırmanın tanımlayıcı değerlerine göre mean, mod, median değerlerinin birbirlerine yakın olması, skewness ve kurtosis değerlerinin ± 1 sınırları içinde 0'a yakın olması normal bir veri dağılımı olduğunu göstermektedir. Araştırmada mean değeri 13695,7692, median değeri 13820,2850, skewness değeri-1,357 ve kurtosis değeri 2,251 olarak bulunmuştur. 03 Şubat 2020 -14

Ağustos 2020 tarihleri arasındaki FTSE TechMARK Mediscience verilerinin normallik analizinde Kolmogorov-Smirnov normallik analizine göre istatistik p değeri ,101 olarak ortaya çıkmış ve $p \leq 0,05$ olduğundan verilerin dağılımının normal olduğu görülmüştür.

4.2. Pearson Korelasyon Analizi

İstatiksel analizlerde, değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek için korelasyon analizi ve değişkenlerin birbirini yordama düzeylerini araştırmak için regresyon analizi yapılmalıdır (Bursal, 2019:129).

FTSE TechMARK All Share (FTTASX)

Araştırmanın FTSE TechMARK All Share (FTTASX) Pearson korelasyon katsayısı sonuçları Tablo 1'de görülmektedir. FTSE TechMARK All Share ve Covid-19 arasında Pearson korelasyon katsayısı $p=0,00$ olarak hesaplanmış, $p \leq 0,05$ olduğundan, FTSE TechMARK All Share ve Covid-19 arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Koronavirüs'te bir birimlik bir artışın Birleşik Krallık'ın büyük işletmelerinin bulunduğu FTSE Techmarck AllShare endeksinde 0,53 birimlik bir azalışa neden olduğu, böylelikle işletmelerdeki yatırım ve işlemler hacminin koronavirüsten olumsuz yönde etkilendiği görülmüştür.

Tablo 1. Korelasyon Tablosu

		FTSEtechmark All Share	COVID19
FTSEtechmark All Share	Pearson Correlation	1	-,532**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	194	194
COVID19	Pearson Correlation	-,532**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	194	194
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

FTSE TechMARK Mediscience

Araştırmanın FTSE TechMARK Mediscience Pearson korelasyon katsayısı sonuçları Tablo 2'de görülmektedir. FTSE TechMARK Mediscience ve Covid-19 arasında Pearson korelasyon katsayısı $p=0,00$ olarak hesaplanmış, $p \leq 0,05$ olduğundan aynı şekilde, FTSE TechMARK Mediscience ve Covid-19 arasında anlamlı bir ilişki olduğu anlaşılmıştır. Koronavirüste 1 birimlik bir artış, Birleşik Krallığın sağlık ve tıbbi ürünler ile ilgili olan işletmelerinin bulunduğu FTSE Mediscience endeksinde 0,25 birimlik bir artışa neden olduğu görülmektedir. Sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin koronavirüsten olumsuz etkilenmediği görülmüştür.

Tablo 2. Korelasyon Tablosu

		COVID19	FTSEMediscience
COVID19	Pearson Correlation	1	,025**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	194	194
FTSEMediscience	Pearson Correlation	,025**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	194	194
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

4.3. Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Araştırmamızda tüm verilerin istatistiksel analize aynı anda konulduğu enter metodu uygulanmıştır.

FTSE TechMARK All Share (FTTASX)

Araştırmamızda, Y bağımlı değişken FTSE TechMARK All Share, X bağımsız değişken ise Covid-19 olarak alınmış ve regresyon analizine göre açıklayıcı sonuçlar Tablo 3'te gösterilmiştir. Araştırmadan elde ettiğimiz model özetine göre, Covid-19 günlük vaka sayısı, FTSE TechMARK All Share endeksindeki şirketlerin hisselerinin değişimi üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. Covid-19 günlük vaka sayısı, FTSE TechMARK All Share endeksindeki şirketlerin hisselerinin değişiminin %28,3'ünü açıklamaktadır.

Tablo 3. Regresyon Sonuçları

Model Özeti		ANOVA					
		Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
R	,532 ^a	Regression	4294124,248	1	4294124,248	75,815	,000 ^b
R Square	,283	Residual	10874743,91	192	56639,291		
Adjusted R Square	,279	Total	15168868,15	193			
Std. Error of the Est.	237,99011						

Araştırmanın ANOVA analizi sonuçları da Tablo 3'te görülmektedir. ANOVA testinde, F değerinden doğru hesaplanarak ortaya çıkan p değerine bakıldığında $p \leq 0,05$ olduğundan modelimiz istatistiksel olarak FTSE TechMARK All Share borsasındaki şirketlerin hisselerinin verilerini açıklayabilmektedir.

Tablo 4'te katsayı değerleri görülmektedir. Covid-19 değeri sıfır değerinde olmuş olsaydı bile bağımlı değişken olan FTSE TechMark All Share değeri 3819,337 olarak görülecektir.

Tablo 4. Katsayılar

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3819,337	24,005		159,107	,000
	COVID19	-,090	,010	-,532	-8,707	,000

a. Dependent Variable: FTSEtechmarkAllShare

FTSE TechMARK Mediscience

Araştırmamızda tüm verilerin istatistiksel analize aynı anda konulduğu enter metodu kullanılmıştır.

Araştırmamızda Y bağımlı değişken FTSE TechMARK Mediscience, X bağımsız değişken ise Covid-19 olarak alınmış ve Lineer Regresyon analizine göre açıklayıcı sonuçlar Tablo 5'te gösterilmiştir. Araştırmadan elde ettiğimiz model özetine göre, Covid-19 günlük vaka sayısı, FTSE TechMARK Mediscience borsasındaki şirketlerin hisselerinin değişimi üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. Covid-19 günlük vaka sayısı, FTSE TechMARK All Share borsasındaki şirketlerin hisselerinin değişiminin %0,01'ini açıklamaktadır.

Tablo 5. Tıp İşletmeler Regresyon Sonuçları

Model Özeti		ANOVA					
		Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
R	,025 ^a	Regression	102793,861	1	102793,861	,116	,000 ^b
R Square	,001	Residual	170129637,0	192	886091,859		
Adjusted R Square	-,005	Total	170232430,9	193			
Std. Error of the Est	941,32452						

Araştırmanın ANOVA analizi sonuçları da Tablo 5'te görülmektedir. ANOVA testinde, F değerinden doğru hesaplanarak ortaya çıkan p değerine bakıldığında $p \leq 0,05$ olduğundan modelimiz istatistiksel olarak FTSE TechMARK Mediscience borsasındaki şirketlerin hisselerinin verilerini açıklayabilmektedir.

Tablo 6'da katsayı değerleri görülmektedir. Covid-19 değeri sıfır değerinde olmuş olsaydı bile bağımlı değişken olan FTSE TechMark Mediscience değeri 13.673,055 olarak görüleceği görülmektedir.

Tablo 6. Katsayılar

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13673,055	94,947	114,008	,000
	COVID19	,014	,041	,025	,341

a. Dependent Variable: FTSEMediscience

5. SONUÇ ve TARTIŞMA

Araştırmada, Birleşik Krallık resmi sağlık verilerine göre Covid 19 günlük vaka sayısının, Ada'nın bilişim, telekomünikasyon, medya sektörleri gibi çokuluslu işletmelerinin içinde yer aldığı FTSE TechMARK All Share endeksine ve tıbbi alanda önemli işletmelerin içinde yer aldığı FTSE TechMARK Mediscience endeksine etkileri ayrı ayrı ölçülmüştür. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, Covid 19 günlük vaka sayısının FTSE TechMARK All Share endeksine anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Elde edilen diğer bulgularda, Covid 19 günlük vaka sayısının FTSE TechMARK Mediscience endeksine de anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür.

Koronavirüs'te bir birimlik bir artışın Birleşik Krallık'ın büyük işletmelerinin bulunduğu FTSE Techmarck AllShare endeksinde 0,53 birimlik bir azalışa neden olduğu, böylelikle Covid 19 günlük vaka sayısının artması ile FTSE TechMARK All Share endeksinde yer alan işletmelerin ortalama değerinin ters yönlü olarak azaldığı görülürken, böylelikle bilişim, teknoloji, medya ve telekomünikasyon ile ilgili ticari şirketlere yatırım ilgisinde azalış gösterdiği görülmüştür. Buna göre H₁ olan "Covid 19'un, FTSE TechMARK All Share piyasasına negatif yönlü anlamlı bir etkisi vardır" hipotezi kabul edilmiştir.

Koronavirüste 1 birimlik bir artış, Birleşik Krallığın sağlık ve tıbbi ürünler ile ilgili olan işletmelerinin bulunduğu FTSE Mediscience endeksinde 0,25 birimlik bir artışa neden olduğu, böylelikle Covid 19 günlük vaka sayısının artması ile FTSE Mediscience endeksinde yer alan işletmelerin ortalama değerinin pozitif yönlü arttığı görülürken, buradan çıkan sonuç ile FTSE Mediscience endeksinde yer alan ilaç, biyoteknoloji, tıbbi cihaz ve malzeme sektörlerinin bulunduğu değerlerin arttığı görülmüştür. Pandemiye sağlık ile ilgili üretim işletmelerine güvenin ve talebin arttığı anlaşılmaktadır. Buna göre H₂ olan "Covid 19'un, FTSE TechMARK Mediscience piyasasına negatif yönlü anlamlı bir etkisi vardır" hipotezi reddedilmiştir.

Sonuç olarak, literatürde yapılan araştırmalarda, koronavirüsün henüz çok yeni bir salgın hastalık olarak ortaya çıkmasından dolayı sosyal bilimler alanında henüz yeterli çalışmaların olmadığı görülmektedir. Bu çalışmanın, güncel bir konu olan korona salgını ile ilgili sosyal bilimlerde bilime katkı sağlayacak çalışmalardan birisi olacağı düşünülmektedir. Farklı ülkelerde benzer yönde yapılacak araştırmaların literatüre daha da katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Örneğin, yapılan bir araştırmaya göre koronavirüs vaka sayısı, Borsa İstanbul indeksinin %40,8'ini açıkladığı görülmüştür (Yetgin, 2020: 334). Farklı ülkelerdeki şirketlerin buldukları endeksler karşılıklı olarak analiz edilmesi önerilmektedir. İngiltere, ABD, Kanada, Fransa, Almanya, İtalya gibi gelişmiş ülkelere ait şirketlerin buldukları endeksler ile Afrika, Asya'daki gelişmekte olan

ülkelerin şirketlerinin bulunduğu endekslerde Covid-19 açısından araştırılmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abodunrin O., Oloye G., Adesola B. (2020). Coronavirus Pandemic And Its Implication On Global Economy, *International Journal of Arts, Languages and Business Studies (IJALBS)*, Vol.4, 13-23.
- Aslan R. (2020). Tarihten Günümüze Epidemiler, Pandemiler ve Covid-19, *Göller Bölgesi Aylık Ekonomi ve Kültür Dergisi*, 8 (85), 36-41.
- Aydınlı, İ. (Genel Koordinatör). (2020). Kovid-19 (Koronavirüs) Salgınının Ekonomik Etkileri, *Uluslararası İlişkiler ve Stratejik Araştırmalar (ULİSA) Enstitüsü*, 1-30.
- Bursal, M. (2019). SPSS ile Temel Veri Analizleri. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Çetin, B., Ünlüöner, K. (2019). Salgın Hastalıklar Sebebiyle Oluşan Krizlerin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi, *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 22 (2), 109-128.
- Danon, L., Ellen Brooks, P., Bailey, M., Keeling, M. (2020). A Spatial Model Of Covid-19 Transmission in England And Wales: Early Spread And Peak Timing, *MEDRXIV*, 1-10.
- Dünya Sağlık Örgütü, 25 Mayıs 2020 <https://covid19.who.int/region/euro/country/gb> adresinden erişildi.
- Elisabeth, M. (2020). Covid-19: UK Starts Social Distancing After New Model Points to 260.000 Potential Deaths, *BMJ*, 368 :m1089.
- Gareth, L. (2020). Covid-19: What is the UK's testing strategy? *BMJ*, 368 :m1222, 1-2.
- Huang C, Wang Y, Li X, et al. (2020). Clinical Features Of Patients Infected With 2019 Novel Coronavirus İn Wuhan, China, *Lancet*, 395(10223):497-506.
- Jarvis, C.I., Zandvoort, K. V., Gimmal, A., Prem, K., Klepac, P., Rubin, J., Edmunds, W. J. (2020). Quantifying The Impact of Physical Distance Measures on the Transmission of COVID-19 in the UK, *BMC Medicine*, 18: 124, 1-8.
- Jorda, O., Singh, S.R., Taylor, A. (2020). Longer-Run Economic Consequences Of Pandemics, National Bureau Of Economic Research (Working Paper) 26934, 1-17.
- Julian, P. (2020). Covid-19 Mass Testing Facilities Could End the Epidemic Rapidly, *BMJ*, 368 :m1163, 1-2.
- Kohlscheen E., Mojon B., Rees D. (2020). The Macroeconomic Spillover Effects Of The Pandemic On The Global Economy, *BIS Bulletin*, No 4, 1-11.
- Razai M.S, Doerholt K., Ladhani S., Oakeshott P. (2020). Coronavirus Disease 2019 (Covid-19): A Guide for UK GP'S, *BMJ*, 368 :m800, p.1-5.
- London Stock Exchange, 25 Mayıs 2020 <https://www.londonstockexchange.com>
- Moss, P., Barlow, G., Easom, N., Lillie, P., Samson, A. (2020). Lessons For Managing High-Consequence Infections From First COVID-19 Cases in The UK, *The Lancet*, V. 395, I.10227, E46.
- Özdamar, K. (2018). SPSS Uygulamalı Temel İstatistik, Nisan Kitabevi, Eskişehir.
- Pareek, M., Bangash, M., Pareek, N., Pan, D., Sze, S., Minhas, J.S., Wasim H., Kamlesh K. (2020). Ethnicity And COVID-19: An Urgent Public Health Research Priority, *The Lancet*, V.395, I. 10234, 1421-1422.
- Watkins, J. (2020). Preventing A Covid-19 Pandemic, *BMJ*, 368 :m810, 1-2.
- Yetgin, M . (2020). Koronavirüsün Borsa İstanbul'a Etkisi Üzerine Bir Araştırma Ve Stratejik Pandemi Yönetimi . *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 5 (2) , 324-335.
- Yıldız, Ş. (2020). Türkiye'de Cari İşlemler Açığının Sürüdülebilirliği, *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (29), 289-304.



Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel İnovasyon Algılarının Bölüm Memnuniyetine Etkisi

The Impact of Individual Innovation Perceptions of Tourism Faculty Students on Department Satisfaction

Hüseyin KELEŞ¹, Kevser ÇINAR², Halil AKMEŞE³

¹Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Turizm Fakültesi, Antalya, Türkiye
^{2,3}Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Konya, Türkiye

ORCID:

H.K.: 0000-0003-1469-0017

K.Ç.: 0000-0002-5412-715X

H.A.: 0000-0003-4694-2215

Corresponding Author:

Hüseyin KELEŞ

Email:

hkeles@akdeniz.edu.tr

Citation: Keleş, H. Çınar, K. ve Akmeşe, H. (2020). Turizm fakültesi öğrencilerinin bireysel inovasyon algılarının bölüm memnuniyetine etkisi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 664-679.

Submitted: 23.07.2020

Accepted: 02.09.2020

Özet

Ülkelerin, toplumsal yaşam düzenlerini sürdürebilmeleri, ekonomik, sosyal, kültürel, teknolojik ve bilimsel değişimlerle uyumlu olabilmeleri için belirli toplumsal sistemlere sahip olmaları gerekmektedir. Bu toplumsal sistemlerin işlevlerini en iyi şekilde yerine getirebilmeleri için ise, nitelikli insan gücünü yetiştirebilecek inovatif bir eğitim sistemine ihtiyaç vardır. Eğitim sistemleri ülkelerin kendi toplumsal dinamiklerinin yanı sıra bilimsel ve teknolojik gelişmeler ile küreselleşme, ülkelerarası ekonomik ve siyasi oluşumlar gibi çeşitli alanlardaki değişimlerden etkilenirler. Çağımızda çok hızlı değişen ve her geçen gün daha da artan rekabet ortamında, yaşamın her alanında olduğu gibi eğitim alanının da uygulamaların çağın ihtiyaçlarını karşılayacak niteliklere erişebilmek adına sürekli olarak yenilenmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı turizm fakültesi öğrencilerinin bireysel inovasyon algılarının bölüm memnuniyetine etkisini tespit etmektir. Bu amaçla, Akdeniz Üniversitesi Manavgat Turizm Fakültesi'nde öğrenim gören 396 öğrenciye anket yöntemi kullanılarak çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında, öğrencilerin bireysel inovasyon algılarının cinsiyete, bölüme ve sınıflarına göre farklılık gösterdiği ve bölüm memnuniyetlerine olumlu yönde etki ettiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Üniversite Öğrencisi, Bireysel İnovasyon, Bölüm Memnuniyeti

Abstract

Countries need to have social systems to maintain their social life patterns and to be compatible with economic, social, cultural, technological and scientific changes. For these social systems to perform their functions in the best way, an innovative education system that can train qualified manpower is needed. The educational systems are affected both by national domestic economic formations and social dynamics, changes in various fields such as scientific and technological developments as well as globalization at the international level. In a competitive environment that is changing rapidly and hardening day by day in our present age, the field of education, like all other areas of life, needs to renew constantly and change its practices to reach qualities that meet the needs of the century. The aim of this study is to determine the effect of individual innovation perceptions of tourism faculty students on department satisfaction. Within the scope of the research, it has been found that the students' perceptions of individual innovation differ according to gender, department and classes, and these perceptions have a positive effect on department satisfaction.

Keywords: University Students, Individual Innovation, Department Satisfaction

1. GİRİŞ

Son yıllarda hızlı gelişim ve değişim gösteren alanlardan birisi olan turizm sektörü, yalnızca ulusal değil aynı zamanda uluslararası ölçekte ekonomilere yön veren bir hizmet sektörüdür. Turizm faaliyetleri, genel olarak incelendiğinde, pek çok gelişen ve gelişmekte olan ülkede, yükselen ekonomik faaliyetlerden her geçen gün daha fazla pay elde edilmekte ya da bu ekonomiler turizme daha bağımlı hale gelmektedir. Bu yükselme trendinin gelecekte de aynı doğrultuda devam etmesi beklenmektedir. Zira, küreselleşmenin de etkisiyle, dünya ekonomisi ciddi boyutta bir entegrasyona girmiştir ki ticari yatırımlar, finansal akış ve bilgi akışı bu entegrasyon sürecini beslemektedir (<http://www.e-unwto.org>).

Turizm sektörü özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ülkelerin ekonomilerinde kendisini hissettirerek ülkelerin ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda kazanım elde etmelerine olanak sağlamaktadır. Bir hizmet sektörü olan turizm genellikle yerel/bölgesel ve ulusal kalkınma için bir araç olarak kullanılmaktadır. Günümüzde turizm sektörü elliden fazla ana sektörden mal ve hizmet alımı yapmakta ve hizmet sunumunda, ithalata bağımlılığı en düşük olan sektörlerin başında gelmektedir. Bu durum turizmin önemini her geçen gün daha da artırmaktadır. Artık devletlerin turizm sektörüne bakışı, sektörün sadece turizmden elde edilen gelirler boyutunda kalmamaktadır; bunun yanında turizme etki eden ve edebilecek her olgu mercek altına alınmaktadır (Kozak vd., 2009).

Turizm hızla büyüyen bir endüstri olmasının yanı sıra, başlı başına bir istihdam kaynağıdır. Turizm sadece doğrudan kendi bünyesinde bulundurduğu kurumlara istihdam sağlamakla kalmayıp ayrıca etkileşim ve bağlantı içinde olduğu tüm sektörlerle de istihdam sağlanmasına dolaylı yünden etki etmektedir. Turizm bu denli istihdam sağlayan bir sektör konumundayken, sıklıkla düşük seviyede ve ücretteki iş imkânlarından ve iş tatminindeki azlıktan dolayı eleştirilmektedir. Esasen, turizm sektörü yüksek oranda personel döngüsüne sahipken; yetersiz oranda eğitilmiş personel bulunmaktadır (Roney vd., 2007).

Son yılların yıldızı parlayan sektörlerinden olan turizmin gelişim göstermesi, sürdürülebilir olması ve yapılan çalışmalar neticesinde elde edilen gelirden yeterli kazancın elde edilebilmesi adına bir takım yapısal yatırımların yapılması oldukça önemlidir. Fakat bu fiziki yatırımlar tek başlarına hedeflenen sonuçlara ulaşmada yeterli olamamaktadır. Zira, hizmet kalitesini iyileştirmek için yetişmiş insan kaynağına ihtiyaç duyulmaktadır ve bu ihtiyaç doğrultusunda bu alana da yatırım yapılması gerekmektedir (Solmaz ve Erdoğan, 2013).

Ural ve Pelit (2002)'e göre, turizm sektöründe müşteri memnuniyetinin sağlanması hizmet kalitesine bağlıdır. Hizmet kalitesinin artırılması da sektörde görev alacak olan kimselerin kaliteli ve nitelikli bir eğitimden geçmeleriyle yakından ilişkilidir. Bundan dolayıdır ki; sektörde çalışacak olan insan gücünün sektörde çalışmaya istekli oluşu ve motivasyon düzeyi oldukça önem arz etmektedir. Günümüzde turizm sektöründe çalışanların motivasyonu, işlerini sevmeleri ve çalışma alanına yönelik tutumlarının hizmet kalitesinin önemli bir değişkeni olduğu gerçeğini ortaya çıkarmıştır (Yu, 1999). Böylece turizm sektöründe nitelikli personelin istihdam edilmesinin ve turizm eğitimi alan kişilerin mezuniyet sonrasında sektörde tutulmasının önemi daha da artmıştır. Turizmin bu denli etkin bir konumda olması, öncelikle turizm eğitiminin ve arkasından da yapılan eğitimler neticesindeki çıktılarının niteliklerinin incelenip raporlanması gerekliliğini de ortaya çıkarmaktadır. Türkiye kapsamında değerlendirildiğinde örgün turizm eğitimi yalnızca orta öğretim düzeyinde Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı okullarda değil, bunun yanında YÖK'e bağlı kurumlarda ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde de gerçekleştiği görülmektedir (Yayla, vd., 2017).

Turizm sektörünün ortaya koyması gereken olumlu ekonomik, kültürel ve sosyal çıktılar temelinde turist memnuniyetiyle yakından ilgilidir (İlgaz, 2011; Dağdeviren, 2007). Turist memnuniyetinin tesis edilmesinde, sektörün turistlere sağladığı fiziki imkânlar çok kaliteli ve modern olmaları tek başlarına yeterli olmamaktadır. Zira, sektörde hizmetlerin gerçekleştirilmesini sağlayan personelin de iyi eğitilmiş ve gerekli niteliklere sahip olmasının turist memnuniyetine direkt olarak etki ettiği ifade edilmektedir. Ayrıca, sektörde istihdam edilen personelin gerekli düzeyde eğitiminin olmaması sadece turist memnuniyetsizliğine sebep olmamakta, aynı zamanda o personelin kendilerini mesleki açıdan yetersiz hissetmelerine ve mutsuz olmalarına da sebep olmaktadır (Sheldon vd., 2008; Kılıç, 2014). Bu noktalardan anlaşıldığı üzere turizm sektörü özünde diğer sektörlerden farklı nitelikler sergilemektedir. Bundan dolayı; turizm sektörü kapsamında ele alınan faaliyetlerin içerik ve yapıları diğer sektörlerden farklı bir gelişim göstermektedir. Turizm sektörünün bir hizmet sektörü olmasından dolayı sektörün lokomotifini olan insan kaynağına, onun eğitime ve yetiştirilmesine yapılan yatırımların belli bir plan ve program dâhilinde yapılması da çok büyük önem arz etmektedir.

Turizm eğitimi mahiyetinden dolayı çok yönlü ve sürekli bir gelişim halindedir. Diğer eğitim türlerinden farklı olarak uygulamalı eğitimleri de bünyesinde barındırması ve farklı inovasyon gelişimlerinin de sürekli takip etme zorunluluğu diğer eğitim türlerinden ayıran özelliklerinden bazılarıdır. Bu kapsamda tüm dünyada gelişen teknolojik uygulamalardan turizm de oldukça etkilenmektedir. Turizm alanında gelişmiş ülkeler incelendiğinde inovasyon uygulamalarının çeşitliliği göze çarpmaktadır. Öyle ki Japonya'da robot teknolojilerinden faydalanılarak ön büro ve mutfak departmanlarında robotların istihdamı söz konusudur. 2015 yılında Nagasaki'de içinde robot çalışanların bulunduğu Hen-na Hotel adında bir otel faaliyete girmiştir (www.travelshift.com/robots-travel-industry-future/, www.log.com.tr). Bu durum gösteriyor ki, pek yakın bir gelecekte tamamen teknolojiyle entegre olmuş bir turizm sektörünün karşımıza çıkacağı aşikardır. Turizmin her geçen gün etkinliğini artırdığı Türkiye gibi sürekli gelişen ülkelerde inovasyon eğitimi önem arz etmektedir.

Inovasyonun eğitimde uygulanmasının amacı, genelde Türkiye'de inovatif uygulamaların ortaya konulabilmesi için üniversiteler, sivil toplum örgütleri ve özel sektör arasındaki işbirliğini güçlendirmek, yapılan faaliyetlere yön vermek, gerek kamu kurum ve kuruluşlarında gerekse kamu dışı sektörlerde diyalogu geliştirerek inovasyon uygulamalarının yaygınlaştırılmasına, yeni inovasyon politikalarının geliştirilmesine ve kamuoyunun inovasyon ve inovasyon algısı konusunda bilinçlenmesine katkı sağlamaktır. Bu uygulamaların özeldeki amacı ise, daha kaliteli bir eğitim sistemi yaratmak, günceli yakalayabilen ve yaratıcı düşünebilen, üreten ve ürettiğini uygulayabilen elemanlar yetiştirmek, eğitim sürecini daha etkili ve hedef odaklı hale getirme şeklinde ifade edilebilir. Öğretmenin rolü bilgi veren, aktaran değil, daha çok öğrencilerine yardımcı olan ve rehberlik eden yönünde değişmektedir (<http://www.eab.org.tr/eab/2009/pdf/183.pdf>).

Bu doğrultuda, araştırma kapsamında Türkiye'de lisans düzeyinde turizm eğitimi gören öğrencilerin inovasyon algılarının belirlenerek farklı demografik değişkenlere göre farklılıkları tespit edilerek söz konusu inovasyon algılarının bölüm memnuniyetlerine etkisi araştırılmış, sonuç olarak da alan yazında turizm eğitime yönelik çalışan akademisyenlere, politika yapıcılara ve eğitim planlayıcılarına somut öneriler getirilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Turizm Eğitimi

Eğitim olgusu insanlık tarihi kadar eski bir geçmişe sahiptir. İnsanoğlunun eğitimi dünyaya gözlerini açmasıyla başlar ve insan eğitim süreci içerisinde hem öğrenmeye hem de öğrendiklerini

çevresindekilere öğretmeye başlar (Karacil, 2018). Eğitim, bireyin davranışlarında bir takım değişiklikler meydana getirme süreci olarak tanımlanmaktadır. Meydana gelen bu değişimler önceden belirlenmiş unsurlar paralelinde, bireyin kendi yaşantısı yoluyla ve istendik olmalıdır (Aydın, 2010; Tolay, 2011; Ulama vd., 2015). Ayrıca eğitim, bireyleri devamlı olarak geliştirmek amacıyla ortaya konulan çabaların bütünü biçiminde de ifade edilmektedir (İbicioğlu vd., 2002; Öncüer, 2006; Evren, 2010).

Eğitim sadece bireysel bir süreç değildir. Eğitim sayesinde insanlar bireysel gelişimlerini tamamlarken, sosyal açılardan da kazanımlar elde ederek buldukları toplumun iyi birer ferdi haline gelebilmektedirler (Olçay, 2008). Dolayısıyla eğitim bireysel olduğu kadar, aynı oranda sosyal bir süreçtir. Toplumlar uygulamaya koydukları eğitim modelleri aracılığıyla gelecekteki yaşamlarına yön vermektedirler (Russell, 2005). Nasıl bir birey eğitim sonucunda bir takım davranışsal ve psikolojik değişimler yaşıyorsa, toplumlarda kendilerini oluşturan dinamiklerde değişimler yaşarlar (Güngör, 2011; Bilici, 2015). Eğitim, önceden saptanmış amaçlar doğrultusunda insan davranışlarında belli gelişmeler sağlamaya yarayan planlı etkiler dizisini ifade etmektedir (Karşlı, 2003). Ülkelerin kaderinde rol oynayan en önemli faktörler arasında yer alan eğitim doğrudan insan üzerine yapılan bir yatırımdır (İnce, 1998). Tarihin her döneminde olduğu gibi, çağımızda da eğitim her şeyin başında gelmektedir. Ülkelerin gelişip ilerleyebilmelerinde en etkili paydaştır. Eğitimde yaşanan bir aksaklık bir ülkenin tüm temel taşlarında aksaklılara neden olabilmektedir. Fakat o ülkede etkin ve kaliteli bir eğitim programı uygulanıyorsa karşılaşılan sorunların çözümü de o denli kolay olabilmektedir (Johan ve Harlan, 2014).

Turizmin bir hizmet sektörü olması ve hizmeti satın alan ile hizmeti sunan kişilerin sürekli yüz yüze iletişim içinde olması, sektörde istihdam edilecek olan insan unsurunun eğitimini ön plana çıkarmaktadır. Ekonominin hiçbir sektörü, turizm sektöründe olduğu kadar insanlarla doğrudan ilişkili değildir ve turizm sektörünün var olmasının ayakta kalmasının temel taşı eğitimidir. Sektörel özellikler nedeni ile ekonomik verimliliğin sağlanabilmesi için yapılacak iş ve hizmetlerin teknik turizm bilgisi, görgüsü ve deneyimi taşıyanlar tarafından üstlenilmesi gerekmektedir (Timur, 1992). Turizm eğitiminin en öncelikli hedefi, turizm sektörü bünyesinde faaliyet göstermekte olan işletmelerde çalışmak üzere nitelikli ve algı düzeyi yüksek bireyler yetiştirmektir (Çimen, 2006). Turizm eğitimi, toplumdaki tüm bireylere turizm bilincinin ve turizm sektörünün temel prensiplerinin öğretilmesinin yanında, turizm sektöründe çalışan veya çalışacak personelleri sektörün beklentileri doğrultusunda genel, mesleki ve teknik bilgilerin verilmesini kapsar. Bunun yanında turizm sektörüne araştırmacı, nitelikli uzman, uygulayıcı ve teknisyen yetiştirilmesi amacıyla yapılan her türlü eğitim faaliyetlerini de içerir (Çimen, 2006; Olçay, 2008).

Türkiye’de turizm eğitimi ön lisans ve lisans boyutunda her geçen gün gelişim göstermektedir. TUADER tarafından hazırlanan rapora göre 2019 yılı itibarıyla 80 devlet ve 30 tane de vakıf olmak üzere toplam 110 üniversite ön lisans düzeyinde turizm eğitimi verilmektedir. Ön lisans eğitimi veren bu üniversiteler türlerine göre incelendiğinde bunlar:

- Turizm MYO
- Turizm Otelcilik MYO
- Turizm ve Otel İşletmeciliği MYO
- Mutfak Sanatları MYO
- Sosyal Bilimler MYO
- Tasarım MYO
- Sağlık Hizmetleri MYO
- Açıköğretim Fakültesi
- Meslek Yüksek Okulu
- İşletmecilik MYO

- Gıda Tarım ve Hayvancılık MYO
- Denizcilik MYO'dur.

Toplamda 184 birim olarak bu kurumlarda örgün öğretim, ikinci örgün öğretim, açık öğretim ve uzaktan eğitim programları olarak 379 program yürütülmektedir.

Yine TUADER istatistiklerine göre bu kurumlarda Turizm Eğitimi kapsamında ön lisans eğitimi veren Turizm Rehberliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Turizm İşletmeciliği ve Rekreasyon Yönetimi olmak üzere dört temel çatı bulunmaktadır ve 2019 yılı itibariyle toplam 306 adet programda eğitim verilmektedir. Bu dört temel çatı daha derinlemesine ele alındığında bu çatının alt birimleri olarak eğitim verilen bölümler:

- Aşçılık
- İkram Hizmetleri
- Turizm ve Otel İşletmeciliği
- Turizm ve Seyahat Hizmetleri
- Turist Rehberliği
- Turizm Animasyonu
- Kültürel Miras ve Turizm
- Sağlık Turizmi İşletmeciliği'dir.

Bu bölümlere 2019 yılı itibariyle yerleşen öğrenci sayısı 16218 öğrenci olup boş kalan kontenjan sayısı ise 670 öğrencidir. Turizm eğitiminin lisans düzeyinde yapıldığı üniversite sayısı 90'dır. Bu üniversitelerin 60 tanesi devlet, 30 tanesi de vakıf üniversitesidir. Yine lisans düzeyinde eğitim veren üniversite türlerine bakıldığında toplamda 19 farklı birimde turizm eğitimi verildiği görülmektedir. Bu birimler:

- Turizm Fakültesi
- İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
- İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi
- İktisat Fakültesi
- Sanat ve Tasarım Fakültesi
- Uygulamalı Bilimler Fakültesi
- İşletme Fakültesi
- İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi
- Ticari Bilimler Fakültesi
- Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi
- Spor Bilimleri Fakültesi
- Güzel Sanatlar Fakültesi
- Güzel Sanatlar ve Mimarlık Fakültesi
- Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
- Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu
- Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
- Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
- Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu
- Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksekokulu'dur.

Bu birimlerin toplam sayısı da 109 olarak belirtilmektedir ve bu kurumlarda örgün öğretim, ikinci örgün öğretim, açık öğretim ve uzaktan eğitim programları olarak 209 program yürütülmektedir.

TUADER istatistiklerine göre bu kurumlarda Turizm Eğitimi kapsamında lisans eğitimi veren Turizm Rehberliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Turizm İşletmeciliği ve Rekreasyon

Yönetimi olmak üzere dört temel çatı bulunmaktadır ve 2019 yılı itibariyle toplam 191 adet alt programda eğitim verilmektedir. Bu dört temel çatı daha derinlemesine ele alındığında bu çatının alt birimleri olarak eğitim verilen bölümler:

- Gastronomi
- Gastronomi ve Mutfak Sanatları
- Mutfak Sanatları ve Yönetimi
- Turizm İşletmeciliği
- Turizm ve Otel İşletmeciliği
- Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik
- Turizm ve Otelcilik
- Konaklama İşletmeciliği
- Otel Yöneticiliği
- Seyahat İşletmeciliği
- Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği
- Turizm Rehberliği
- Yiyecek-İçecek İşletmeciliği
- Rekreasyon
- Rekreasyon Yönetimi'dir

Bu bölümlere 2019 yılı itibariyle yerleşen öğrenci sayısı da 9253 öğrenci olup boş kalan kontenjan sayısı 604 öğrencidir (<http://www.tuader.org/turizm-istatistikleri-2/>).

2.2. İnovasyon Kavramı ve Bireysel İnovasyon

İnovasyon karmaşık bir olgudur ve birçok otorite tarafından da bu şekilde tarif edilmektedir. Geniş bir çerçeveden olaya bakılırsa, inovasyon bir birey tarafından yeni olarak algılanıp kabul edilen bir fikir, uygulama ya da nesne olarak tanımlanmaktadır (Rogers, 2003). Bir toplumda yaşayan insanların üretken olabilmeleri, bireysel ve toplumsal değerleri geliştirebilmeleri için sürekli bir gelişim ve ilerleme içerisinde olmaları gerekmektedir. Bu değişim ve ilerlemenin gerçekleşebilmesi için ise, yenilik algısına ihtiyaç duyulmaktadır. Genel anlamda yenilik ya da inovasyon, kişiler ya da örgütler tarafından geliştirilen ürünlerin, hizmetlerin ve süreçlerin geliştirilmesi ve tekrardan sunulması olarak ifade edilmektedir (Keinanena vd., 2018).

Yeni bir şey yapmak anlamına gelen inovasyon kelimesi Latince kökenli bir kelime olup aslen "innovare" kökünden türetilmiştir. Daha önceki çalışmalarda inovasyon kavramını karşılayabilmek adına yenilenme kelimesi tercih edilmekteyken (Yamaç, 2001) anlamı daha iyi karşıladığı düşünüldüğü için artık yenileşim kelimesi kullanılmaktadır (www.tdk.org). Ancak, konu dahilinde yapılan ulusal yayınlarda bu konuda bir anlam kargaşası olmakla beraber inovasyon kelimesinin yerine yenilikçilik kelimesi de tercih edilebilmektedir (Kavrakoğlu, 2006). İnovasyon kavramına ışık tutan ve bu düşüncenin öncüsü olarak kabul edilen Joseph Schumpeter inovasyonu, tüketicilerin karşısına daha önce çıkmamış yeni bir ürünün veya bir ürünün revize edilerek yeni bir halinin piyasaya sürülmesi şeklinde tanımlamıştır (Göker, 2009). İnovasyon, yeni ürünleri yeni üretim yöntemleriyle üreterek, daha önce sunulmayan piyasalara ve arz kaynakları için farklı endüstriyel örgütlenme şekilleri oluşturarak gelişimin ve ilerlemenin itici gücünü meydana getirmektedir (Çelik, 2011). İnovasyon kavramı olarak, hem bir süreci yenilemeyi/yenilenmeyi hem de bir sonucu (yeniliği) anlatmaktadır (Bilim ve Adabalı, 2015).

İnovasyon, yaratıcılık kavramı ve teknolojik gelişme ile yakın anlamı olarak düşünülmesine rağmen aksine bu kavramlardan farklıdır. Yaratıcılık yeni fikirlerin oluşturulmasını ifade ederken, inovasyon bu oluşturulan fikirleri ürün veya hizmete dönüştürme süreci olarak kabul edilmektedir. İnovasyona can veren ve inovasyonun çıkış noktalarından biridir (Durna, 2002). 2005

yılında yayımlanan Oslo Kılavuzu'na göre inovasyon (yenilik), "İşletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni ya da önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet), veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesi" şeklinde tanımlanmıştır (Oslo Kılavuzu, 2005). Tüm sektörlerde olduğu gibi eğitim sektörünün de ilerleyebilmesi için inovasyon hayati bir öneme sahiptir. Hem öğrencilerin hem öğretmenlerin hem de eğitim kurumlarının gelişiminde önemlidir (Sharif, 2019).

İnovasyon, OECD ile Avrupa Komisyonu'nun birlikte yayınladığı Oslo Kılavuzu'nda temel olarak 4 ana başlık altında ele alınmaktadır. Bunlar:

- **Ürün İnovasyonu;** yeni veya özellikleri ya da kullanım amaçları açısından önemli ölçüde geliştirilmiş/iyileştirilmiş bir mal veya hizmetin pazara sunulmasıdır. Bu, teknik özelliklerde, parçalarda ve malzemelerde, yerleşik yazılımda, kullanım kolaylığında veya diğer işlevsel özelliklerde önemli iyileştirmeleri/geliştirmeleri içerir.
- **Süreç İnovasyonu;** yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş/iyileştirilmiş üretim ya da dağıtım yönteminin uygulanmasıdır. Bu, tekniklerde, ekipmanda ve/veya yazılımda önemli değişiklikleri içerir.
- **Pazarlama İnovasyonu;** ürün tasarımında veya paketinde, ürün yerleştirmede, ürün promosyonunda ya da fiyatlandırmasında önemli değişiklikler içeren yeni bir pazarlama yönteminin uygulanmasıdır.
- **Organizasyonel İnovasyon;** firmanın iş uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır.

İnsanlar sahip oldukları özellikler, kendilerine has nitelikleri bakımından yenilikçilik noktasında birbirlerinden tamamen ayrılmaktadırlar. Bu ayrışmanın temel sebebi bireylerin inovasyon algılarındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Ortaya çıkan ayrışmalar içerisinde birey karşısına çıkan bir yeniliği daha erken / geç kabul edebilmekte, değişime daha çok/az istekli olmakta, kendisini daha çok/az risk alan bir yapıda gösterebilmektedir. İşte bireyler sahip oldukları özellikler bakımından 5 farklı kategoride ele alınmaktadır (Kılıçer ve Odabaşı, 2010, Korucu ve Olpak, 2015, Işık ve Keskin,2013). Ele alınan bu sınıflandırmaya göre bireyler; yenilikçi (Innovators), yeni fikirleri tecrübe etmeye ve risk almaya istekli, vizyon sahibi, öncülük eden (Early Adopters), çevresindeki diğer bireylere teknoloji temelli gelişmeler ve yenilikler konusunda bilgi tedarik eden, sorgulayan (Early Majority), yeniliklere karşı temkinli davranan ve risk alma hususunda çok fazla isteklilik göstermeyen, kuşkucu (Late Majority), yeniliklere şüpheli ve çekingen bir tavır gösteren ve daha çok gelenekçi (Laggards) değişime önyargı ile yaklaşan, yenilikleri en son benimseme eğilimi gösteren olarak sınıflara ayrılmıştır.

2.3. Bölüm Memnuniyeti

Üniversiteler öğrencilerin geleceklerini şekillendirdikleri kurumlar olarak kabul edilmektedir. Bu kurumların sahip oldukları vizyonları, misyonları, yönetilme biçimleri, araştırma-geliştirme, iletişim, bilişim ve ulaşım imkânları, veri toplama, işleme ve bilgi üretme olanak ve kapasiteleri gibi özellikleri öğrencilerin memnuniyetleri üzerinde etkili olabilmektedir. Birbirinden farklılık gösteren bu imkânlar, öğrencilerin gelecekle ilgili karar almalarında oldukça etkilidir. Ancak alınan bu kararlar, öğrencilerin gelecekteki memnuniyetinin de göstergesi olarak kabul edildiğinden, hem üniversitelerin hem de seçmiş oldukları bölümlerden memnun ayrılmaları üniversite imajı için önemlidir (Naralan ve Kaleli, 2012). İlgili literatür incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin tercih ettikleri bölümdeki memnuniyet düzeylerinin yaşamlarından duydukları memnuniyet düzeyleri ile ilişkili olduğu ifade edilmektedir (Bulut Serin vd., 2010; Özaydın, 2011; Gençay ve Akkoyunlu, 2012; Gündoğdu ve Yavuzer, 2012; Receptoğlu, 2013). Üniversitelerin ve eğitim verilen bölümün öğrencilere kişisel gelişim ve kariyer desteği sağlaması, uygun öğrenme ortamları hazırlanması ve üniversitelerin sahip olduğu kaynakların zenginliği

üniversitelerin tercih edilmesinde önemli rol oynamaktadır (Karadağ ve Yücel, 2019: 16). Bu bağlamda üniversitelerin sahip olduğu inovatif eğitim yapısının öğrencilerin memnuniyeti düzeyine ve öğrencilerin bireysel inovasyon becerilerini öğrenmesine imkan sağlayacağı düşünülmektedir.

3. YÖNTEM

Araştırmada amaca yönelik olarak 1977 yılında H. Thomas Hurt, Katherine Joseph ve Chester. D. Cook tarafından geliştirilen Bireysel Yenilikçilik Ölçeği ve öğrencilerin bölüm memnuniyetlerini belirlemek amacıyla da R. Oliver tarafından 1980 yılında geliştirilen memnuniyet ölçeği kullanılmıştır ve 5'li likert yöntemi ve kolayda örnekleme metodu ile 2019 yılının son Ekim ve Kasım aylarında Manavgat Turizm Fakültesi'nde öğrenim gören üniversite öğrencilerinden elde edilmiştir. Öğrencilerin vermiş oldukları yanıtlar SPSS programına aktarılarak bölüm inovasyon algılarının cinsiyete, yaşlarına, bölümlerine ve sınıflarına yönelik farklılıkların belirlenmesi amacı ile t ve ANOVA testleri, algıları ve memnuniyetleri arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi amacıyla ise basit doğrusal regresyon testi kullanılmıştır.

3.1. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma evrenini üniversitelerde dört yıllık lisans programı okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Tüm evrene ulaşmanın zamansal ve mekânsal açıdan engellerinin bulunması nedeni ile evren üzerinden örneklem belirlenerek araştırma tamamlanmıştır. Bu kapsamda Manavgat'ta lisans öğrenimi gören öğrencilerden anket yardımı ile veriler elde edilmiştir. Araştırma amacına bağlı olarak aşağıdaki hipotezler test edilmiştir:

- **H₁:** Bireysel inovasyon algısı cinsiyete göre farklılık gösterir.
- **H₂:** Bireysel inovasyon algısı yaşa göre farklılık gösterir.
- **H₃:** Bireysel inovasyon algısı bölüme göre farklılık gösterir.
- **H₄:** Bireysel inovasyon algısı sınıfa göre farklılık gösterir.
- **H₅:** Bireysel inovasyon algısının bölüm memnuniyeti üzerinde etkisi vardır.

4. BULGULAR ve YORUM

Tablo 1. Öğrencilerin Demografik Özellikleri

	Demografik Değişkenler	n	%
Cinsiyet	Erkek	241	60,9
	Kadın	155	39,1
Yaş	17-19	226	57,1
	20-22	145	36,6
	23 ve üzeri	25	6,3
Bölüm	G.M.S.	135	34,1
	Turizm İşlet.	48	12,1
	Turizm Reh.	119	30,1
	Rekreasyon Yönetimi	94	23,7
Sınıf	1. sınıf	250	63,1
	2. sınıf	93	23,5
	3. sınıf	21	5,3
	4. sınıf	32	8,1

Yapılan ankete 241 erkek 155 kadın olmak üzere toplam 396 kişi katılmıştır. Ankete katılanların %57'si 17-19 yaş aralığında yer alırken, yaklaşık olarak %37'si 20-22 yaş aralığında bulunmaktadır. Katılımcıların %34,1'lik bir oranda Gastronomi ve Mutfak Sanatları ve %30,1'lik oranda da Turizm Rehberliği öğrencileridir. En az katılım %12,1'lik bir oranla Turizm İşletmeciliği

öğrencilerinden olmuştur. Bunun nedeni de fakültede eğitim gören öğrencilerin çoğunluğunun öncelikle Gastronomi ve Turizm Rehberliği bölümü öğrencileri olmasıdır. Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunu 1. sınıf öğrencileri oluşturmuştur. En az katılım ise 3. Sınıf düzeyinde sağlanmıştır.

Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyetleri ile Bireysel İnovasyon Algıları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	n	Ortalama	Standart Sapma	t	Srb. Der.	P
Erkek	241	3,04	0,48	-1,066	393	0,007*
Kadın	155	3,19	0,44			

Ankete katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre inovasyon algılarının farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere iki bağımsız t testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 2’de verilmiştir. Bu sonuca göre 0,007 önem düzeyi ile H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Bir diğer ifade ile öğrencilerin cinsiyetleri ile inovasyon algıları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($p < 0,05$). Ayrıca kadın öğrencilerin (ifade ort:3,19) erkek öğrencilere (ifade ort:3,04) göre inovasyon algılarının daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 3. Öğrencilerin Yaşları ile Bireysel İnovasyon Algıları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	n	Ortalama	Standart Sapma	F	Srb. Der.	P değeri
17-19	226	3,17	0,47	,950	2	0,388
20-22	145	3,15	0,43			
23 ve üzeri	25	3,29	0,46			

Ankete katılan öğrencilerin yaşlarına göre inovasyon algılarının farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 3’te verilmiştir. Bu sonuca göre 0,388 önem düzeyi ile H_2 hipotezi reddedilmiştir. Bir diğer ifade ile öğrencilerin yaşları ve inovasyon algıları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur ($p > 0,05$).

Tablo 4. Öğrencilerin Bölümleri ile Bireysel İnovasyon Algıları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	n	Ortalama	Standart Sapma	F	Srb. Der.	P değeri
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	134	3,13	0,47	1,201	3	0,009*
Turizm İşletmeciliği	48	3,17	0,47			
Turist Rehberliği	119	3,16	0,42			
Rekreasyon Yönetimi	94	3,24	0,43			

Ankete katılan öğrencilerin bölümlerine göre inovasyon algılarının farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 4’te verilmiştir. Bu sonuca göre 0,009 önem düzeyi ile H_3 hipotezi kabul edilmiştir. Bir diğer ifade ile öğrencilerin bölümleri ile inovasyon algıları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($p < 0,05$). Ayrıca çalışma sonuçları incelendiğinde Rekreasyon Yönetimi Bölümü

öğrencilerinin inovasyon algı düzeylerinin diğer bölüm öğrencilerine göre yüksek olduğu görülmektedir (ifade ort:3,24).

Tablo 5. Öğrencilerin Sınıfları ile Bireysel İnovasyon Algıları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Grup İstatistiği			Test İstatistiği		
	n	Ortalama	Standart Sapma	F	Srb. Der.	P değeri
1.sınıf	250	3,15	0,45	1,196	3	0,000*
2.sınıf	93	3,16	0,46			
3.sınıf	21	3,35	0,42			
4.sınıf	32	3,37	0,50			

Ankete katılan öğrencilerin sınıflarına göre inovasyon algılarının farklılık gösterip göstermediğini incelemek üzere tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 5'te verilmiştir. Bu sonuca göre 0,000 önem düzeyi ile H_4 hipotezi kabul edilmiştir. Bir diğer ifade ile öğrencilerin sınıfları ile inovasyon algıları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır ($p < 0,05$). Ayrıca çalışma sonuçları incelendiğinde öğrencilerin sınıfları arttıkça inovasyon algı düzeylerinin de yükseldiği tespit edilmiştir.

Tablo 6. Öğrencilerin Bireysel İnovasyon Algılarının Bölüm Memnuniyeti Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken	Beta	t
Memnuniyet	.244	3,936
R ²	F	Significance Level of F Value
.057	24,849	.000*

Ankete katılan öğrencilerin inovasyon algılarının bölüm memnuniyetine etkilerinin belirlenmesi amacıyla basit doğrusal regresyon analizi uygulanmış ve sonuçları Tablo 6'da verilmiştir. Bu sonuca göre R^2 0,057 değeri ve p değerinin 0,05'ten küçük olması sebebiyle öğrencilerin inovasyon algıları bölüm memnuniyetlerini pozitif yönde etkilemektedir. Araştırma sonuçları göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin inovasyon algılarında meydana gelen bir birimlik artış bölüm memnuniyetlerini 0.057 oranında arttırdığı söylenebilir. Bu sonuca göre 0,000 önem düzeyi ile H_5 hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Turizm, inovasyonun yoğun yaşandığı bir sektördür (Hjalager, 2010). Bu yoğunluk bir yandan üretim imkânlarının genişlemesi anlamına gelirken diğer yandan inovatif çözümler ve istihdam artışı ile birlikte yeni fikirlerin ortaya çıkması ve kaynakların daha etkin kullanılması demektir (Işık, 2018). Turizm sektöründe inovasyon konusu üzerine yapılan çalışmalar dikkate alındığında akademisyenlerin etkinlik üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bu doğrultuda ulusal düzeyde turizm inovasyon ilişkisi üzerine yapılan çalışmalar turizm sektörü tarafından konunun tam olarak ne olduğunun anlaşılmasına yardımcı olduğu gibi inovatif süreçlerin daha etkili bir şekilde yönetilmesine de ışık tutmaktadır.

Yaratıcılık ve özgüvene dayanmayan, yetersiz ve baskıcı, öğrendiğini uygulamaya dönüştüremeyen bir eğitim sisteminin inovasyonu sağlamasını beklemek imkânsızdır. Eğitim sisteminde kökten değişiklik yapılmadan, ulusal inovasyonun gerektirdiği beyin takımını yetiştirmek bir düş olacaktır. İnovasyon hiçbir zaman, eğitim temeli olmayan bir yapıda kurulamaz. Emek-yoğun bir özellik taşıyan turizm sektöründe iç müşteri olarak tanımlanan çalışanların kaliteli bir hizmet sağlayabilmeleri için hem sektörün gerektirdiği bilgi ve beceriler açısından donanımlı olmaları hem de insan ilişkileri bakımından gerekli özellikleri taşıyor olmaları önem arz etmektedir. Bu durum turizm eğitimi veren kurumların sektörün ihtiyacını karşılayacak

donanımlı personel yetiştirmesini gerekli kılmakla birlikte öğrencilerin beklentilerine ve gereksinimlerine yönelik nitelikli bir turizm eğitimi sürecini de önemli hale getirmektedir.

Araştırma sonuçları incelendiğinde, öğrencilerin cinsiyetlerine, bölümlerine ve sınıflarına göre inovasyon algılarının farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca, kadın öğrencilerin erkek öğrencilere göre inovasyon algılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca bağlı olarak, erkek öğrencilerin bireysel inovasyon algılarını geliştirmek adına onlara yönelik inovasyon eğitimleri düzenlenebilir. Erkek öğrencilerin ilgisini çekebilecek etkinliklerle inovasyon seminerleri verilebilir. İlgili alan yazın incelendiğinde, Ertuğ ve Kaya (2017) üniversite öğrencilerinin bireysel yenilikçilik profillerin ve yenilikçiliğin önündeki engellerin incelenmesine yönelik yaptıkları çalışmada ise kız öğrencilerin bireysel yenilikçilik puanları erkek öğrencilerinkinden yüksek bulunmuştur. Yine Gür-Erdoğan ve Zafer- Güneş'in (2013) çalışması da bu yönde bulgulara ulaşmıştır. Çalışmamızda, kız öğrencilerin puanının yüksek olmasının bireysel özelliklerden kaynaklanmış olabileceği düşünülmektedir. Literatür incelendiğinde cinsiyet ile ilgili çok farklı sonuçların elde edildiği görülmektedir. Işık ve Türkmendağ (2016); Işık ve Hajiyeva (2018); Şen (2017) yaptıkları çalışmalarda bireysel inovasyon algıları ve cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulamamıştır. Yani kadın ve erkeklerin bireysel inovasyon algılarının benzer düzeyde olduğu ifade edilmiştir. Yine Karadal ve Saygın (2016) bireylerin demografik özellikleri ve bireysel inovasyon bileşenleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığını belirtmiştir. Kushnirovich ve Heilbrunn (2013) İsrail'de yaptıkları bir çalışma kapsamında 60 ayrı teknoloji şirketi çalışanlarını analiz ettikten sonra cinsiyet ayrımının bireysel inovasyon ya da inovasyonla aralarında anlamlı bir farklılığın olmadığını ifade etmişlerdir. Bu bulgu daha sonra Schott ve Cherahi (2015); Schneid vd. (2015) tarafından yapılan çalışmalarla da desteklenmiştir. Ayrıca elde edilen bulgular inovasyon algısının cinsiyetten ziyade kültürel öğelerden kaynaklandığını da ortaya çıkarmıştır.

Ulaşılan bu sonuç yapılan çalışmanın diğer çalışmalardan farklılığını ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra, çalışma bulgusuna paralel olarak, Işık ve Türkmendağ (2016) cinsiyet ve değişime direnç arasında anlamlı bir farklılığın gözlemlendiğini ifade etmişlerdir. Bu sonuç da çalışmanın cinsiyete göre bireysel inovasyon algısının değişiklik gösterebileceği sonucunu desteklemektedir.

Alanyazında bu sonuçlara ilaveten; Poggesi vd. (2016) tarafından yapılan çalışmada, 2012 yılında tüm dünya genelinde 400 milyon girişimciden 187 milyondan fazlasının kadın olduğunu, bunun da kadın girişimcilerin inovasyon algılarının ve girişimciliklerinin her geçen gün artmasının sonucu olduğunu ifade etmişlerdir. Bu durum kadın ve erkekler arasında bireysel inovasyon algısının farklılaşmasını desteklemekte, cinsiyet farklılığı ve inovasyon bileşenleri arasında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir. Örneğin Chen vd. (2018); Galia vd. (2014); Dezso ve Ross (2012); Torchia vd. (2018) tarafından yapılan çalışmalarda; kadınların son yıllarda şirket yönetim kurullarında ve diğer yönetim kademelerinde daha fazla ve etkin rol almaya başlamalarının bireysel inovasyon algısının cinsiyet farklılığıyla direkt olarak ilişkisinin olduğunu ortaya koymuşlardır.

Literatür derinlemesine incelendiğinde araştırma bulgularıyla hiç örtüşmeyen, hatta taban tabana zıt bulgulara da rastlanmıştır. Araştırmanın temellendirildiği kültür ve ülkeye göre kadınların bireysel inovasyon algılarının tamamen düşük ve olumsuz bir düzeyde olduğu da gözlemlenmiştir. Örneğin; Mueller (2004) 17 farklı ülkeyi kapsayan çalışmasında erkeklerin çok daha yüksek bir oranda inovasyon algılarının olduğunu ve buna bağlı olarak da girişimcilik eğilimlerinin daha fazla olduğunu ifade etmiştir. Reuvers vd. (2008) de yaptıkları çalışmada Mueller'in bulgularıyla benzerlik gösteren sonuçlar elde etmişlerdir.

Araştırma sonucunda elde edilen bir diğer önemli bulgu da öğrencilerin sınıfları arttıkça inovasyon algılarının da olumlu yönde artmasıdır. Başka bir ifadeyle sınıf seviyesi ve inovasyon

algıları doğru orantılıdır. Üniversiteye yeni gelen öğrencilerin inovasyon algıları istendik düzeylerde çıkmamıştır. Bu durum, üniversiteden önceki eğitimlerde inovasyon algısının yeterince verilmemesi ile açıklanabilir. Zira üniversite döneminde inovasyona yönelik derslerde bir çok pratik ve teorik eğitimler verilerek öğrencilerin inovasyon algıları güçlendirilmektedir. Benzer uygulamaların ilköğretim ve ortaöğretim dönemlerinde de uygulanması, üniversiteye yeni başlayan öğrencilerin inovasyon algılarının yükselmesini sağlayacaktır. İrmış ve Özdemir (2011) Türkiye'nin değişik illerinde yapmış oldukları çalışmada, eğitim hayatlarının ilk yıllarında girişimcilik ve yenilikçilik konusunda ders alan öğrencilerin bu meseleye daha pozitif yaklaştıklarını belirtmiştir. Işık ve Türkmendağ (2016) da çalışmalarında aynı sonucu bulmuşlar ve müfredatta bu amaçla yapılacak bir değişikliğin olumlu sonuçlar doğuracağını ifade etmişlerdir. Ayrıca; Bodur (2018) öğrencilerin bireysel inovasyon algıları arttıkça girişimcilik düzeylerinin de artacağını bu yüzden müfredatlara yenilikçilik ve girişimcilik seçmeli derslerinin eklenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Şen (2017) yapmış olduğu benzer bir çalışmada, bireylerin belli bir düzeyde inovasyon algısına sahip olmasının onların eğitim düzeyleriyle yakından ilişkili olduğunu belirtmiştir. Bu anlamda bu sonuç da bu yönde yapılması gereken çalışmaların önemini destekler niteliktedir.

Milli Eğitim Bakanlığı'nın 2019 yılı için okul öncesinden başlayarak ortaöğretim kurumları için açıklamış olduğu eğitim müfredatları ve ders planları incelendiğinde, doğrudan inovasyon adı altında bir dersin olmadığı tespit edilmiştir. Programlarda yapılan derinlemesine inceleme neticesinde sadece bazı derslerin kazanımları ve hedefleri belirlenirken inovasyon, yenileşim veya yenilik kelimelerinin bazı derslerde geçtiği belirlenmiştir. Alt birimlerinde bu kelimelerin geçtiği dersler:

- Sosyal Güçlüklere Yenilikçi Yaklaşımlar
- Girişimcilik
- Teknoloji ve Tasarım
- Proje Hazırlama olarak belirlenmiştir (mufredat.meb.gov.tr).

Bu durum Milli Eğitim müfredatlarında inovasyon olgusunun ele alınmasının çok alt seviyelerde olduğunun bir göstergesidir.

Araştırmada Rekreasyon Yönetimi Bölümü öğrencilerinin inovasyon algılarının diğer bölümlere kıyasla daha yüksek çıktığı tespit edilmiştir. Bu durum Rekreasyon Bölümü'nün yeniliğe açık sürekli kendini geliştiren öğrencilere ihtiyaç duyması, bu bölümü seçen öğrencilerin daha girişken, yeniliğe, farklı düşüncelere açık ve yeni durumlara kolay adapte olabilmeleri ile açıklanabilir. Nitekim Kaplan, vd. (2017) Rekreasyonel olarak aktif üniversite öğrencilerinin kişilik tiplerinin incelenmesine yönelik yaptıkları çalışmada bu sonucu desteklemektedir. Öte yandan Turizm Fakültelerindeki tüm bölümler inovasyona çok fazla ihtiyaç duymaktadır. Tüm akademisyenlerin ortaklaşa kuracağı bir inovasyon birimi öğrencilerin toplu halde inovasyon algılarının yükselmesini sağlayabilir.

Bireylerin başarıya ulaşabilmesi için ortaya koyacakları üretken fikirlerin etkin bir biçimde uygulamaya geçirilmesi gerekmektedir. Üretken, yenilikçi fikirlerin de ortaya konulabilmesi o bireylerin inovasyon algılarının geliştirilmesi sayesinde olacaktır. Bunun yanı sıra, bireysel yenilikçilik çerçevesinde turizm eğitimi alan öğrencilerin edindikleri teorik bilgileri pratiğe dönüştürme konusunda öğrencilere aktif olarak sektörde deneyim kazanma olanağı verilmeli ve sektörde meydana gelen yenilikçi değişimleri yakından izlerlerken, öğrenciler sektöre inovatif fikirleri ile katkı sağlamadılar. Zira bugün turizm eğitimi alan öğrenciler gelecekte bu sektörün çalışanları olacaktır. Tüm bu öğrencilerin bireysel inovasyon algıları, sektörel bazda pratiğe dönüştürülünce yüksek performans elde etme imkânı sağlayacaktır. Bu bağlamda, okul

müfredatları sektörün gerekleri doğrultusunda nitelikli ve yenilikçi personelin yetiştirebilmesi adına revize edilmelidir.

Turizm sektörü yenilikçi bireyler talep etmektedir. Bu bağlamda, turizm fakültelerinde eğitim gören öğrencilerin bireysel inovasyon algılarının belirlenmesi hem turizm sektörünün geleceğine yapılacak bir yatırımdır hem de sosyal bir değer oluşturmak için önem arz etmektedir. Inovasyona yönelik yapılacak olan gelecek çalışmaların öğrencilerin inovasyona yönelik farkındalıklarını artıracığı da düşünülmektedir. Bunun yanı sıra, inovasyon algılarının, yükselmesinin bölüm memnuniyetlerini de artırdığı görülmüştür. Inovasyona yönelik derslerin müfredatlarda yer alması öğrencilerin bölümlere yönelik aidiyetlerini güçlendirecektir. Bu çalışma Turizm Fakültesi öğrencilerinin inovasyon algılarını belirlemek ve bölüm memnuniyetlerine etkisini incelemek amacıyla Manavgat Turizm Fakültesi örneğinde yürütülmüştür. Gelecek çalışmalarda farklı turizm fakültelerinden ve diğer bölümlerden elde edilecek örneklemelerin sonuçlarının incelenmesi ve bu çalışmayla kıyaslanmasının literatürün ulaştığı somut bilgi birikimini artıracığı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aydın, S. (2010). *Üniversite ve Sektör Temsilcilerinin Bakış Açısıyla Lisans Düzeyindeki Turizm Eğitiminin Araştırılması*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya
- Bilici, H. (2015). *Turizm Eğitimi Almış Sektör Çalışanlarının Kariyer Beklentileri (Fethiye Örneği)*, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Bilim, Y. Adabalı, M. M. (12-15 Kasım 2015), "Otel İşletmelerinde Yenilikçi (inovatif) Oda Ürünlerine İlişkin Tüketici Algıları: Yenilik İhtiyacı ve Yenilik Algısı Değerlendirmesi", 16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, ÇOMÜ, Çanakkale, ss: 719-736.
- Bodur, G., (2018) Hemşirelik Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik (İnovasyon) Düzeyleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki, 15. *Ulusal Hemşirelik Öğrencileri Kongresi*, 28-29 Nisan 2016, Eskişehir
- Bulut Serin, N., Serin, O., Özbaş, L. F. (2010). Predicting University Students' Life Satisfaction by Their Anxiety and Depression Level, *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 9: 579-582.
- Chen, J.; Leung, W.S.; Evans, K., (2018). Female Board Representation, Corporate Innovation and Firm Performance. *J. Empir. Financ.*, 48, 236-254.
- Çelik, M. (2011), "Şirketlerin İnovasyon Yapma Eğilimlerinde Üniversite-Sanayi İşbirliğinin Rolü ve ODTÜ Teknokent Örneği", Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi: SBE, İstanbul.
- Çimen, H. (2006). *Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Almış İş görenleri ile ilgili Değerlendirmeleri: Ankara'daki Dört ve Beş Yıldızlı Otellerde Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Dağdeviren, A. (2007). *Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Kurumların Ders Programlarının Fonksiyonel Açıdan Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Dezso, C.L., Ross, D.G., (2012). Does Female Representation in Top Management Improve Firm Performance? A Panel Data, *Investigation. Strateg. Manag. J.*, 33, 1072-1089.
- Durna, U., (2002), "Yenilik Yönetimi", Nobel Yayınevi, Ankara.
- Ertuğ N., ve Kaya, H. (2017), Hemşirelik Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Pro lleri ve Yenilikçiliğin Önündeki Engellerin İncelenmesi. *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 14 (3): 192-197, doi:10.5222/HEAD.2017.192

Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel İnovasyon Algılarının Bölüm Memnuniyetine Etkisi

- Evren, S. (2010). *Lisans Düzeyi Turizm Eğitimi Ders Programının Mezunlarca Değerlendirilmesi: Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Mezunları Üzerinde Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin
- Galia, F.; Zenou, E.; Ingham, M., (2014). Board Composition and Environmental Innovation: Does Gender Diversity Matter? *Int. J. Entrep. Small Bus*, 24, 117-141.
- Gençay, S. ve Akkoyunlu, Y. (2012). Beden Eğitimi ve Bilgisayar Öğretmeni Adaylarının Yaşam Doyumu ve Fiziksel Benlik Algılarının Karşılaştırılması, *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 6(3).
- Gür-Erdoğan D, Zafer-Güneş, D. The Relationship between Individual Innovativeness and Change Readiness Conditions of Students Attending Faculty of Education. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2013; 106:3033-3040. doi:10.1016/j.sbspro.2013.12.349.
- Göker, Ş. (2009), “Şirketlerde İnovasyon Stratejisinin Önemi ve Türkiye’de İnovasyon Kapasitesinin Analizi”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi: SBE, Kütahya.
- Gündoğdu, R., Yavuzer, Y. (2012). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Öznel İyi Oluş ve Psikolojik İhtiyaçlarının Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(23): 115-131
- Güngör, T. (2011). *Selçuk Üniversitesi Resim-İş Eğitimi Anabilim Dalı Öğrencilerinin Kaygı ve Yaşam Doyumu Düzeyleri*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Resim-İş Eğitimi Dalı, Konya.
- Hjalager, A.N. ve Liburd, J. (2010). Changing Approaches Towards Open Education, Innovation and Research in Tourism, *Journal of Hospitality and Tourism Management* C:17, s. 12-20.
- Ilgaz, B. (2011). *Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Yılmazlık, Umutsuzluk Durumları ve Sektörel Tutumlarının Kariyer Seçimlerine Etkileri: Akdeniz Üniversitesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Antalya.
- Işık, C. VE Hajiyeva T. (2018). Bireysel Yenilikçilik ve Algılanan Örgütsel Destek Düzeyi İlişkisi: İstanbul Otelleri Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi* Cilt 2 , Sayı 2.
- Işık, C., Türkmendağ, T., (2016). Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Algılarının Belirlenmesi, *3rd International Congress of Tourism & Management Researches*, 20-22 Mayıs 2016, Antalya.
- Işık, C. ve Keskin, G. (2013). Bilgi Ekonomilerinde Rekabet Üstünlüğü Oluşturulması Açısından İnovasyonun Önemi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27, 41-57.
- Işık, C., Keskin, G. ve Serçeoğlu, N., (2015) Turizm Sektöründe Nitelikli İşgücü Açığına Yenilikçi Yaklaşım: Kapadokya Örneği, *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi* 4 (2), 27-48.
- Işık, C., Akoğul E., Uyrun, A., Turan, B., Taş, S., Hajiyeva, T., Dirbo, H. A., (2018). Turizm Ve İnovasyon İlişkisi: Literatür Taraması, *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*
- İbicioğlu, H., Avcı, U. ve Boylu, Y. (2003). Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynaklarının Eğitimde Stratejik Sektörel Eğitim Organizasyonlarının Uygulanabilirliğine Yönelik Bir İnceleme. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1: 69-90
- İnce, F. (1998) Turizm Sektöründe Sertifikasyonun Yeri ve Önemi, Basılmamış Yüksek isans Tezi Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.
- İrmiş A, Özdemir L. Girişimcilik ve yenilik ilişkisi, [The relationship between entrepreneurship and innovation], *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2011; 9(1).
- Karacıl, G. (2018), *Türkiye’de Turizm Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Yükseköğrenim Yaşam Doyumlarının Belirlenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Gaziantep

- Johan, R. ve Harlan, J. (2014). Education Nowadays, *International Journal of Educational Science and Research*, 4(5), 51-56
- Karadağ, E. ve Yücel, C. (2019). Türkiye Üniversite Memnuniyeti Araştırması 2019, Üniar Yayınları
- Karadal, H. ve Saygın M., (2016). İnovasyon Yetenekleri İle Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki Üzerine Ampirik Bir Araştırma, *Eurasian Business and Academics Journal*, Volume: S 1, 282-294
- Karslı, D., (2003) Öğretmenliğin Temel Kavramları. Pegem Yayıncılık, Ankara
- Kavrakoğlu İ. (2006). Yönetimde Devrimin Rehberi: İnovasyon. İstanbul: Alteo Yayıncılık.
- Keinanen, M., Ursin, J. ve Nissinen, (2018). How To Measure Students' Innovation Competences in Higher Education: Evaluation of An Assessment Tool in Authentic Learning Environments, *Studies in Educational Evaluation*, 58, 30-36.
- Kılıç, Y. (2014). Turizm Sektörü İstihdam Eğitim Durumu ve İnsangücü Planlaması. *Eğitim Bilimleri Araştırması Dergisi*, 4(1).
- Kılıçer, K. ve Odabaşı, H. F. (2010). Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, 150-164.
- Korucu, A. T. ve Olpak, Y. Z. (2015). Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Özelliklerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*. 5 (1), 111-127.
- Kozak, N., Kozak , M. ve Kozak, M. (2009). Genel Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kushnirovich, N.; Heilbrunn, S., (2013). Innovation And Conformity: Intersection of Gender and Ethnicity in Hi-Techorganizations. *J. Manag. Dev.*, 32, 204–220.
- Mueller, S.L., (2004). Gender Gaps in Potential for Entrepreneurship Across Countries and Cultures. *J. Dev. Entrep.,* 9, 199–220.
- Naralan, A. ve Kaleli, S. S. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Üniversiteden Beklentileri Ve Bölüm Memnuniyeti Araştırması: *Atatürk Üniversitesi Örneği*, *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 1-11.
- Olçay, A. (2008). Türk Turizminde Eğitimin Önemi, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2): 383-390.
- Öncüer, M.E. (2006). *Avrupa Birliği Eğitimi Politikasında Mesleki Turizm Eğitimi Yaklaşımı ve Türk Turizm Eğitimi Uygulanabilirliği*. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir
- Özaydın, N. (2011). *Mesleki Müzik Eğitimi Alan Öğrencilerin Psikolojik İhtiyaçlarının ve Yaşam Doyumlarının İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Müzik Öğretmenliği Bilim Dalı, Konya.
- Poggesi, S.; Mari, M.; De Vita, L., (2016). What's New in Female Entrepreneurship Research? Answers From the Literature. *International Entrepreneurship and Management Journal* , 12, 735–764.
- Recepoglu, E. (2013). Öğretmen Adaylarının Yaşam Doyumları ile Öğretmenlik Mesleğine İlişkin Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1: 311-326.
- Reuvers, M.; Van Engen, M.L.; (2008). Vinkenburg, C.J.; Wilson-Evered, E. Transformational Leadership and Innovative Work Behaviour: Exploring the Relevance of Gender Differences. *Creat. Innov. Manag.*, 17,227–244.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (Fifth Edition)*. New York: Free Press
- Russell, B. (2005). Eğitim Üzerine Özellikle Okul Öncesi Dönemde, Çev. Şebnem Duran, İlyaz İzmir Yayınevi Matbaası, İzmir, 39-40.
- Schneid, M.; Isidor, R.; Li, C.; Kabst, R., (2015). The Influence of Cultural Context on the Relationship Between Gender Diversity and Team Performance: A Meta-Analysis. *Int. J. Hum. Resour. Manag.*, 26, 733–756.

- Schøtt, T.; Cheraghi, M., (2015). Gendering Pursuits of İnnovation: Embeddedness in Networks and Culture. *Int. J. Entrep. Small Bus.*, 24, 83–116.
- Sevgin Akış Roney and Perin Öztin (2007) Career Perceptions of Undergraduate Tourism Students: A Case Study in Turkey *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*
- Sharif, R. (2019). The Relations Between Acculturation And Creativity And İnnovation in Higher Education: A Systematic Literature Review, *Educational Research Review*, 28, 1-26.
- Sheldon, P., Fesenmaier, D., Woeber, K., Cooper, C., Antonioli, M. (2008). Tourism Education Futures, 2010-2030: Building the Capacity to Lead, *Journal of Teaching Travel&Tourism*, 7(3), 61-68.
- Solmaz, S.A. ve Erdoğan, Ç. (2013). "Turizm Eğitimi Alan Lisans Ve Ön Lisans Öğrencilerinin Turizm Endüstrisine Bağlılık Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma". *14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*. 557-573.
- Şen, Nafiye. (2017). *İnovasyon ve Girişimcilik: Kamuda İnovasyon İle İlgili Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya
- Timur, A. (1992). Türkiye’de Turizm Eğitimin Yapısı Uygulanan Politikalar ve Sonuçları. Turizm Eğitimi Konferansı- Workshop. Turizm Bakanlığı Yayını:Ankara.
- Turgut, K., Aktaş, S., Tükel, Y., Atılgan, D. (2017). Rekreatyonel Olarak Aktif Üniversite Öğrencilerinin Kişilik Tiplerinin İncelenmesi, *Spor ve Performans Araştırmaları Dergisi*;8(2), 135-144.
- Tolay, L. (2011). *Türkiye’de Turizm Sektöründe Uygulanan Her Şey Dahil Sistemin Orta Öğretim Seviyesinde Turizm Eğitime Etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Torchia, M.; Calabrò, A., Gabaldon, P.; Kanadli, S.B., (2018). Women Directors Contribution to Organizational İnnovation: A Behavioral Approach. *Scand. J. Manag.* 34, 215–224.
- Ulama, Ş., Batman, O., Ulama, H. (2015). Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kariyer Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Örneği. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 6(12)
- Ural, A. ve Pelit, E. (2002). Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Yüksek Öğretim Kurumlarının Örgütleniş Biçimleri. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 218-228.
- Yamaç, K. (2001). Nedir Bu İnnovasyon? *Bilim, Eğitim ve Düşünce Dergisi*. 1 (3), 6-8
- Yayla, Ö., Silik, C. E., ve Dülger, A. S. (2017). "Turizm Lisans ve Önlisans Eğitiminde 2017 Yılı Sayısal Değerlendirmeler", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (4), 47-58.
- Yu, L. (1999) *The International Hospitality Business*. The Harworth Hospitality Press:New York.

Kullanılan Elektronik Kaynaklar

<http://www.e-unwto.org>

<http://www.eab.org.tr/eab/2009/pdf/183.pdf>, Erişim Tarihi: 13.12.2019

(<http://www.tuader.org/turizm-istatistikleri-2/>), Erişim Tarihi: 13.12.2019

https://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/BTYPD/kilavuzlar/Oslo_3_TR.pdf. Erişim Tarihi: 13.12.2019

<http://www.universite-toplum.org/text.php3?id=41>, Erişim Tarihi: 13.12.2019

mufredat.meb.gov.tr, Erişim Tarihi: 13.12.2019

www.log.com.tr, Erişim Tarihi: 13.12.2019

www.tdk.org, Erişim Tarihi: 13.12.2019

www.travelshift.com/robots-travel-industry-future/, Erişim Tarihi: 13.12.2019.



Karşılaştırmalı Bir Kültürel Coğrafya Araştırması: Bulak ve Yazıköy (Safranbolu) Kırsalında Keşkek Yapımı ve Kültürü

A Comparative Cultural Geography Study: Keşkek Production and Culture in the Bulak and Yazıköy (Safranbolu) Countryside

Taşkın DENİZ¹, Burhan YAVAŞ²

Özet

Karadeniz Bölgesi Batı Karadeniz Bölümü'nde yer alan Karabük iline bağlı Safranbolu, coğrafi bakımdan eski ticaret yolu üzerinde bulunan önemli bir konuma sahiptir ve bu özelliği ile çok sayıda kültür ve medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Safranbolu bir ilçe olmasına rağmen sahip olduğu tarihi değer ile oldukça zengin hem somut hem de somut olmayan kültürel miras birikimine sahiptir. Bu durum Safranbolu'ya özgü yerel kıyafetlerden halk oyunlarına, mimariden yemek türlerine kendisini hissettirmektedir. Keşkek yemeği de bu kültür yelpazesinin bir parçası olarak Safranbolu'nun kültürel unsuru haline gelmiştir. Çalışmanın amacı, UNESCO tarafından tescillenen tören keşkeğinin Safranbolu'ya özgü olan halinin araştırılarak Safranbolu keşkeğinin karakteristik özelliklerinin ortaya konulmasıdır. Safranbolu'nun Yazıköy ve Bulak kırsal yerleşmelerinde karşılaştırmalı şekilde yürütülen araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış, keşkek yapımı sürecinin her aşaması ve keşkeğin günlük yaşamdaki yeri hakkında daha fazla bilgi edinmek amacı ile veri toplama aracı olarak yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler sonucunda Bulak ve Yazıköy'ün birbirine yakın yerleşmeler olmasına karşın keşkek yapımında kullanılan malzemeler açısından farklılıkların olduğu gözlemlenmiş, ancak yaşatılan kültür açısından keşkeğin üretim amacında ise benzerlikler olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Safranbolu keşkeğinin karakteristik özelliklerini taş dibeklerde dövülerek kabuklarından ayrılan buğdayın su içerisinde kaynatılması, büyükbaş ya da küçükbaş hayvan etinin haşlanarak haşlanmış buğdayın üzerine didiklenmesi ve üzerine yağ dolaştırılması oluşturmaktadır.

Anahtar kelimeler: Kültürel Coğrafya, Safranbolu, Keşkek, Bulak, Yazıköy

Abstract

Safranbolu, which is located in the Black Sea Region of the Black Sea Region, in Karabük province, has an important location on old trade routes in terms of geography and has hosted many cultures and civilizations with this feature. Although Safranbolu is a district, it has a rich and intangible cultural heritage as its historical value. This situation is apparent from local clothes to folk dances, architecture and food types specific to Safranbolu. Keşkek food has become a cultural element of Safranbolu as part of this cultural spectrum. The aim of the study is to investigate the characteristic of Safranbolu, by examining the version of the ceremonial cake, which is registered by UNESCO, specific to Safranbolu. Qualitative research methods were used in the comparative research carried out in

¹Karabük Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Karabük, Türkiye
²Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük, Türkiye

ORCID:

T.D.: 0000-0003-1293-5404

B.Y.: 0000-0003-1494-4021

Corresponding Author:

Taşkın DENİZ

Email:

taskindeniz@karabuk.edu.tr

Citation: Deniz, T. ve Yavaş, B. (2020). Karşılaştırmalı bir kültürel coğrafya araştırması: Bulak ve Yazıköy (Safranbolu) kırsalında keşkek yapımı ve kültürü. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 680-689.

Submitted: 28.03.2020

Accepted: 08.09.2020

the rural settlements of Safranbolu in Yazıköy and Bulak, and face-to-face interviews were conducted as a data collection tool to learn more about every stage of the Keşkek making process and its place in daily life. As a result of the data obtained, although Bulak and Yazıköy are close to each other, it has been observed that there are differences in the materials used in the production of Keşkek, but it has been determined that there are similarities in the cultural purpose of production. In addition, the characteristic features of Safranbolu cake are boiling wheat, which is separated from the skins by pounding in stone mortars, boiling the bovine meat or ovine meat on the boiled wheat and circulating oil on it.

Key words: Cultural Geography, Safranbolu, Keskek, Bulak, Yazıköy

1. GİRİŞ

İnsanların doğduğu ve yaşamını sürdürdüğü coğrafyalarda şekillenen yaşam biçimleri, din, ahlak, hukuk, estetik, iktisat, dil, edebiyat gibi kültürel unsurlar, coğrafya biliminin bir disiplini olan kültürel coğrafya alanının inceleme konusunu oluşturmaktadır. Coğrafya kültürü şekillendirdiği gibi kültür de insanların yaşam biçimini her açıdan (inanç, dil, ahlak, hukuk, beslenme, kılık-kıyafeti sanat gibi) etkilemektedir.

Majuyev (1987: 7-8), bu denli geniş kapsamlı etkisi olan kültür kavramıyla somut bilim dallarında¹ bile karşılaşmamızı, kültür kavramıyla ilgili yapılan tanımların bir sebebi olarak görmekte ve değerlendirmektedir. O'na göre kültür kavramıyla ilgili terminolojik yelpazenin geniş olmasının sebebi, kavramın sadece bilimsel olarak değil aynı zamanda toplumsal etkiye ve tarihi derinliğe sahip olmasıyla da açıklanmaktadır. Gray'in (2004: 44) bu tanımlara yönelik bir başka görüşü ise; "kültür" sözcüğünün olması gerektiğinden daha fazla tanıma sahip olduğu ve bu tanımlardan hiçbirinin yeteri kadar geniş kapsamlı ve doğru olamayacağı biçimindedir (Oğuz, 2011: 125). Bu sebeple her bilim kültürü kendi ilkeleri doğrultusunda ele alarak değerlendirmekte ve tanımlamaktadır.

Coğrafya, sadece yeryüzünü fiziki olarak inceleyen bir bilim dalı değil, bunun ötesinde beşeri etkiler ile birlikte "kültür" ile doğrudan ilişkisi olan bir bilim dalıdır. Kültürel unsurların ortaya çıktığı, yayıldığı hatta yok olduğu coğrafyalara göre şekillendiği ve bu coğrafyalara göre yaşandığı yadsınamaz bir gerçektir. Tüm bu etkilerin ışığında ortaya çıkan "kültürel coğrafya" kavramıyla birlikte kültürün insan yaşamına olan etkisi çeşitli ölçeklerde hemen her yerleşmede sebep ve sonuçlarıyla gözlemlenebilme imkânına sahip olmuştur.

Tarihi özellikleri göz önüne alındığı çok sayıda topluma ve devlete ev sahipliği yapmış olan Safranbolu, kültürel coğrafya açısından adeta yaşayan bir kültür kentidir ev bu sebeple UNESCO Dünya Miras Kenti'dir. Sahip olduğu somut ve somut olmayan kültürel miras unsurları ile bu unsurları korumasındaki başarısı sonucunda Safranbolu sadece bölgenin değil aynı zamanda ülkenin de en önemli kültürel miras alanı durumuna gelmiştir. Safranbolu'nun kültürel zenginliği yerel kıyafetlerden halk oyunlarına, mimariden yemek türlerine hemen her toplumsal alanda kendisini hissettirmektedir. Keşkek yemeği de bu kültür yelpazesinin bir parçası olarak Safranbolu'nun kültürel unsuru haline gelmiştir.

2. YÖNTEM

Keşkek sadece yerel yiyecek değil aynı zamanda somut olmayan kültürel miras olarak değerlendirilmeli, hikâyesi ile turistik bir ürün olarak ele alınmalı ve bu konuda yöreye özgü hedefler oluşturulmalıdır. Bunun gerçekleştirilebilmesi için keşkek yapım sürecinin en önemli aktörü durumundaki kadınların üretim sürecine ilişkin aktaracağı ayrıntılı bilgilere ihtiyaç bulunmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın ortaya çıkmasında, önemli bir yerel lezzet olan ancak

¹Auguste Comte'un bilim dalları sınıflandırmasına göre "Somut olan bilim dalları: Biyoloji, Psikoloji, Sosyoloji." (<http://www.egitirim.gen.tr/tr/index.php/arsiv/sayi-41-50/sayi-42-nisan-2014/520-bilimlerin-siniflandirilmesi>)

turistik ürün olarak henüz yeterince değerlendirilemeyen fakat kültürel turizm kapsamında değerlendirilmesi durumunda Safranbolu için önemli katma değer yaratacağı düşüncesi etkili olmuştur. Çalışmanın amacı, UNESCO tarafından tescillenen tören keşkeğinin Safranbolu'ya özgü olan halinin araştırılarak Safranbolu keşkeğinin karakteristik özelliklerinin ortaya konulmasıdır. Safranbolu'nun Yazıköy ve Bulak kırsal yerleşmelerinde karşılaştırmalı şekilde yürütülen araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış, keşkek yapımı sürecinin her aşaması ve keşkeğin günlük yaşamdaki yeri hakkında daha fazla bilgi edinmek amacı ile veri toplama aracı olarak yüz yüze mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Mülakatlarda ses kayıt cihazı kullanılmış ve fotoğraflar çekilmiştir.

3. KÜLTÜREL COĞRAFYA KAPSAMINDA SAFRANBOLU

Karadeniz Bölgesi'nin Batı Karadeniz Bölümü'nde Karabük iline bağlı bir ilçe olan Safranbolu tarihi süreçte Pers, Helen, Roma, Bizans, Danişmendliler, Çobanoğulları, Anadolu Selçuklu, Candaroğulları ve Osmanlı gibi önemli medeniyetlerine ev sahipliği yapmıştır. Safranbolu kent merkezi, Roma ve Bizans dönemlerinde Paflagonya adı ile anılacak olan coğrafi bölge içerisinde M.Ö. 3000'li yıllarda İyon Prensi Theodora tarafından Theodorapolis adı ile kurulmuştur. Tarih boyunca Paflagonya'ya sırası ile Gasgaslar, Etiler, Pafloganlar, Bitinyalılar, Romalılar, Bizanslılar ve Türkler egemen olmuştur. Safranbolu - Kastamonu yolu üzerindeki Çavuşlar, Eyciler, Haçılar Obası, Bürnük, Bağlıca, Ilbarıt (Üçbölük) ve Gündoğan gibi yerleşmeleri kapsayan Kuzyaka Mevkiinde bulunan tarihi kalıntılar, Safranbolu'nun bu dönemlere ilişkin kadim tarihine ışık tutmaktadır. 12. yüzyıl sonlarında bölgeye gelen Anadolu Selçuklu Türkleri, 1196 yılında Safranbolu ve çevresini fethetmiştir. Böylece yeni adı Zalifre olan Safranbolu'da Türklerin egemenliği başlamıştır. Bu dönemde Safranbolu'da Rumlar yaşamaktaydı. Zalifre ve çevresi 1213 yılında Anadolu Selçuklu Devleti tarafından Çobanoğlu Beyliği'ne bağlanmıştır. 1326 yılında Çobanoğulları Beyliği'ni yenilgiye uğratan Candaroğulları Beyliği, 1354 yılına kadar Zalifre'yi yönetmiştir. Aynı yıl Zalifre ve çevresi Osmanlı Devleti tarafından fethedilmiştir. Fetih sonrasında Zalifre adı, kenti çevreleyen tarak şeklindeki burçlarına ithafen burç anlamındaki Borglu - Borlu - Taraklı Borlu olarak değiştirilmiştir. Bu isim 1871 yılına kadar resmen kullanılmıştır. Osmanlı Devleti'nin yıkılmasından sonra Safranbolu, Zonguldak iline ilçe olarak bağlanmış, 1995 yılında Karabük'ün il olması ile Karabük'ün ilçesine dönüştürülmüştür (Tunçözgür, 2012: 15-18). Yerleşim tarihi çok eskiye dayanan Safranbolu'nun verimli su kaynaklarına bağlılığı, sulamalı tarım potansiyeli, geniş plato düzlüklerinde yüksek dağ ve tepelik alanların ortaya koyduğu orman zengin orman sahaları da tarih boyunca şehrin sosyo-ekonomik yapısını belirleyen unsurlardan biri olmuştur (Hacısalihioğlu, 1995:411).

17 Aralık 1994 tarihinde UNESCO Dünya Miras Listesi'ne alınan ve en iyi korunan 20 kentten biri olan Safranbolu, kültürel coğrafya açısından adeta yaşayan bir kültür kentidir. Safranbolu'nun kültürel zenginliği yerel kıyafetlerden halk oyunlarına, mimariden yemek türlerine hemen her toplumsal alanda kendisini hissettirmektedir. Yaşamın en önemli ve vazgeçilmez unsurların başında şüphesiz ki beslenme yani yeme-içme ihtiyacı gelir. Yemeklerin ve içeceklerin yapılış zamanı, yapılış tarzı, kullanılan malzemelerin nitelikleri, sunumu, yenmesi ve yemek sonrasında gerçekleştirilen serbest zaman etkinlikleri yemek kültürünü önemli kılmaktadır. Çünkü her topluma ait yemek kültürü aynı zamanda sofrada adabının da oluşmasına sebep olmaktadır. Keşkek yemeği de bu zengin kültürel yelpazesinin bir parçası olarak Safranbolu'nun yemek kültüründe başat kültürel unsur haline gelmiştir.

Karşılaştırmalı Bir Kültürel Coğrafya Araştırması:
Bulak ve Yazıköy (Safranbolu) Kırsalında Keşkek Yapımı ve Kültürü



Harita 1. Safranbolu Lokasyon Haritası

Keşkek; düğün törenleri, sünnetler ve dini bayramlar için hazırlanan geleneksel bir Türk tören yemeğidir. Kadınlar ve erkekler keşkek yapımı esnasında buğday ve etleri büyük kazanlarda pişirmek için birlikte çalışırlar ve misafirlerine ikram ederler. Keşkek; kabuklu buğday, kemikli et parçaları, soğan, baharat, su ve yağın kazana konulması, karıştırılması ve bütün gece pişirilmesiyle elde edilir (UNESCO, 2011). Bu yemeğin yapımında çevrede gerçekleşen ritüellere *“Tören Keşkeği Geleneği”* adı verilmektedir. *“Tören Keşkeği Geleneği”*, 2011 yılı itibariyle UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi'ne alınmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2011).

Özel günler ve törenler ile simgeleşen tören keşkeği geleneğindeki en önemli noktalardan biri, keşkeğin yapım ve tüketim sürecinde kolektif (ortaklaşa, imece) çalışmanın gerçekleştirilmesidir. Bilhassa köylerde, keşkeğin malzeme temini ve keşkeğin yapımı 'imece' usulüyle sağlanmaktadır. Keşkek yemeğinin temel malzemelerinden olan et ve buğday, aileye özgü bir kutlama olduğunda bu kutlamayı düzenleyen hane tarafından temin edilmekte, keşkek yapımında gerekli olan işgücü ise köy halkının yardımlarıyla sağlanmaktadır. Şölenler ve kutlamalar gibi halkın ortak törenlerinde ise ana malzemeler ve işgücü, köylülerin alım gücüne göre temin edilmektedir.



Fotoğraf 1. “Tören Keşkeği Geleneği UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi” Belgesi

Türkiye’de keşkek yapımı, kullanılan malzemeler ve pişirme yönetemi açısından coğrafi bölgelere ve illere göre az da olsa farklılıklar göstermektedir. Et olarak büyükbaş, küçükbaş ve tavuk eti kullanıldığı gibi Sinop’ta olduğu üzere salça ve soğan da eklenmektedir.

Karadeniz, Ege ve Akdeniz bölgesinde kırsal yerleşmelerde daha yaygın olan keşkek aynı zamanda yöreden yöreye farklı isimlerle adlandırılmaktadır. Hatay, Adana, Gaziantep bölgesinde ‘dövme pilavı’ ya da ‘dövme aşı’, Rize’de ‘herse’, Konya, Gaziantep bölgesinde ‘herise’, Hatay’da ‘hırsı’ ya da ‘hırsı’, Erzincan bölgesinde ise ‘gendirme pilavı’ olarak da bilinir (Çekiç, 2015).

4. SAFRANBOLU’DA KEŞKEK KÜLTÜRÜ

İyice dövülmüş buğdayın etle birlikte uzun süre kaynatılmasıyla yapılan bir yemeğin adı olan keşkek, geleneksel yapımı etnik, kültürel ve dinsel özelliklere göre değişse de keşkek ve keşkek yapım ritüeli bayram sabahlarında, doğumda, sünnet düğünlerinde, düğünde, muharrem ayında, yağmur dualarında, hıdrellez kutlamalarında, hayır yemeklerinde, hacca gitmede, mevlitlerde ve asker uğurlamalarında bereketin ve birlikteliğin en önemli sembolü durumundadır.

Keşkeğin ana maddesi durumundaki keşkeklik buğday için olgunlaşmış buğday taneleri ayıklanır, biraz su eklenir ve taş dibek içerisinde kabarmaya bırakılır. Kabaran buğday taneleri belirli bir ritimde ahşap tokmaklar ile dövülerek kabuklarından ayrılması sağlanır. Bu iş için bugün gelişen teknolojiye bağlı olarak elektrikli değirmenler de kullanılmaktadır. İkinci ana maddesi olan et için kemiksiz sığır/inek eti ya da kemikli erkek keçi eti (erkeç) kullanılsa da çoğunlukla hayvanın gerdan eti tercih edilir. Sonuç itibari ile az sayılı malzemeden oluşan ve basit tarife sahip keşkek yemeğine asıl ününü kazandıran ise et ve buğdaya bir arada lezzetli kılan işin erbabı keşkekçilerdir.

Safranbolu ve çevresindeki köylerde Ramazan ayında ve bayramlarda özel olarak yapılan ve halk arasında “**taş fırın keşkeği/kara fırın keşkeği**” olarak bilinen keşkek çeşidi, genel olarak herkesin bildiği “**kazan keşkeği**” kadar yaygın bir keşkek çeşidi değildir. Kara fırın/taş fırın keşkeği Türkiye’de özellikle Tosya (Kastamonu), Merzifon (Amasya), İskilip (Çorum) ve Safranbolu’nun imgesel pişirme yöntemi olarak bilinmektedir. Safranbolu özelinde bu tür keşkek yapımının altında yatan ana neden, tarihi Safranbolu evlerinin hemen hepsinde taş fırın/kara fırın bulunması ve ısısından yararlanılabilesidir. Ancak günümüzde gerek evlerin yapısının

değişmesine bağlı olarak taş fırına/kara fırına sahip olunmaması gerekse de insanların istedikleri zaman fırınlara ulaşma olanağının bulunmaması gibi sebeplerden dolayı keşkek yapımında fırın yerine kazan tercih edilmektedir.

Kara fırın/taş fırın keşkeğinin kazan keşkeğinden en önemli farkı, “çömlek” adı verilen toprak kaplarda hazırlanıp kızgın fırınlarda pişirilmesidir. Kazan keşkeğine nispeten daha kullanışlı olan bu pişirme yönteminde keşkek, malzemeleri çömleğe koyulup hazırlandıktan sonra evin erkekleri tarafından kara fırınlara/taş fırınlara pişirmek için götürülür. Pişirme süresi 8-10 saat aralığındadır. Ramazan arifesinde fırına atılan keşkek sahurda, ramazan bayramı veya kurban bayramı arifesinde fırına atılan keşkek ise bayramın ilk günü sofralara koyulur. Bu keşkek türü, toplumsal katılımın gerektirdiği törensel organizasyonlar için pişirme alanının sınırlı olması sebebiyle uygun değildir (Çekiç, 2015: 55).

4.1. Bulak Köyü Keşkek Kültürü

Prehistorik dönemden beri yerleşim alanı olarak kullanılan ve Tarihi Paflagonya Bölgesi'nin önemli yerleşim yerlerinden biri olan Bulak, Karabük ili Safranbolu ilçesine komşu yaklaşık 400 haneli bir köydür. Safranbolu'dan Bulak Deresi ile ayrılmaktadır. Turizm coğrafyası kapsamında değerlendirildiğinde Bulak'ın iki önemli simgesi keşkek ve Bulak (Mencilis) Mağarası'dır. Bulak'ın eteğinde yer alan 'Bulak Mağarası', Türkiye'nin en uzun mağaralarından biri olup çok katlı yapısı sebebi ile tarihin ilk dönemlerinde yerleşim yeri olarak kullanılmıştır. Merdivenli yollara, taş kapaklı odacıklara, akarsuya, gölcüklere ve “küfün” adı verilen gözenekli sarkıt ve dikitlere sahiptir.

Bulak'da keşkek yemeği bayramların vazgeçilmez kültürü olarak görülmektedir. Bayram öncesi çörek yapmak için kullanılan kara fırınların taş ve tuğlaları, uzun süre yanan ateş sayesinde yüksek derecede ısınır. Arife günü akşam saatlerinde çörek yapımı biter, fırınlardaki ateş ve kül temizlenir, taşların ve tuğlaların mevcut ısısını kullanarak pişirmek üzere keşkek için hazırlık yapılır. Ana maddeleri kemiksiz inek/dana eti, yarma buğday, soğan, salça ve tereyağı olan yemeğin malzemeleri büyük bakır keşkek tencerelerine dizilir ve pişmesi için fırınlara yerleştirilir. Tencerelere dizilen malzemelere **keşkeklik** adı verilir. Keşkek pişirilecek fırınlarda tencerelere is çıkarması amacı ile meşe odunu yakılır. Fırınların kapakları kapatılır ve kapakların çevresi çamurla sıvanır. Bunun amacı, fırının hava alarak ısı kaybetmesini önlemektir. Bayram sabahına kadar keşkek tencereleri fırınların içinde kalır. Bayram namazının bitmesiyle fırınlar açılır ve keşkek tencereleri alınır. Bayram namazından dönen erkeklerin de evdeki yemeğe katılmasıyla yüzyıllardır süren keşkek geleneği yaşanmaya ve yaşatılmaya devam edilmektedir (<http://www.bulakonline.net>).

BULKAV (Bulak Turizm ve Kalkınma Vakfı) yetkilisi ve çalışanlarından Ayşe Hanım (54) ile Bulak Köyü'nde doğup büyümüş Gülsüm Hanım (72) ile yapılan mülakat sonucu Safranbolu kırsalında keşkek yapımı hakkında şu bilgiler elde edilmiştir:

“Kendimi bildiğimden beri keşkek yaparız. Eskiden el yapımı çömleklerde yapardık keşkeği. Çömleklerin içine koyardık malzemeleri ve nar gibi kızarırdı. Eskiden hayvanların eti de daha lezzetli olurdu. Günümüzde genellikle bayramlarda yapıyoruz. Bayramlarda misafirlerimiz için çörekler yaparız koca kara fırınlarda. Bayramdan önceki gün çörekler pişer ama kara fırının ateşi hala yanar. Keşkek malzemelerinin hazırlanışına geçilir. Bu arada et, kanını salması için başka bir tencerede bekletilir, sonra su ile yıkanarak temizlenir ve dinlenmeye bırakılırken buğday ise soğuk su ile yıkanarak süzülür. Et haşlanarak didiklenir, buğday da haşlanarak yumuşatılır. Sonra hepsi tencereye dizilir. Önce yağ ve tuz, sonra biraz keşkeklik buğday, üstüne didiklenmiş et ve en üste tekrar keşkeklik buğday eklenir. Fırınlarda pişirilen çöreklerden sonra keşkek tencerelerini fırına atarız, fırının kapağını iyice kapatırız. Çamur yapar kapağın etrafına süreriz ki hava almasın, güzel pişsin diye. Bütün gece bekler o fırında. Bizim evimizde de

taş fırın var. Gençken o kadar özenirdim ki keşkek yapmaya, gece uyanıp fırının kapağına bakardım hava almasın, güzel pişsin diye. Bayram sabahı tenceremizi alırız ve soframıza koyarız, dumanı üstündeyken çoluk çocuk herkes nasiplenir. İnşallah hep böyle devam eder. Önemli olan birliğimiz, beraberliğimiz (Gülsüm Hanım)”.



Fotoğraf 2. Gülsüm Hanım’ın İfadesi İle “Nar Gibi Kızarmış Keşkek”

“Aslında bu vakfı kurmamızdaki amaç keşkeğimizi ve kültürümüzü koruyabilmektir. Bu bilgileri ne kadar taze tutarsak o kadar koruyabiliriz kültürümüzü. Burada mantı, yufka, çörek gibi çeşitli yöresel yemeklerimizi de yapıyoruz, hepsi el emeği. Böylece köyümüze maddi katkıda bulunuyoruz ve köyün ihtiyaçlarını gidermekte yardımcı oluyoruz. Köyümüzde bayramlar dışında keşkek şenliğimiz de olur. O zamanlarda da keşkekler yapılır ve dağıtılır. Bu keşkekler vakfımız çalışanları tarafından yapılır ve köye gelen misafirlere ikram edilir. Keşkek için buğdayımızı, yağımızı, salçamızı, sığır etimizi, tuzumuzu ve karabiberimizi tencereye koyarız. Bu arada et, kanını salması için başka bir tencerede bekletilir, sonra su ile yıkanarak temizlenir ve dinlenmeye bırakılırken buğday ise soğuk su ile yıkanarak süzülür. Et haşlanarak didiklenir, buğday da haşlanarak yumuşatılır. Sonra hepsi tencereye dizilir. Önce yağ ve tuz, sonra biraz keşkeklik buğday, üstüne didiklenmiş et ve en üste tekrar keşkeklik buğday eklenir. Malzemelerin üstünü başparmağımızın tırnağını biraz geçecek şekilde su ilave ederiz ve tava gelmiş fırına atarız. Bunun ölçüsü budur ve en güzel kıvamı bu şekilde sağlanır. Pişiminden sonra birazca derin ve yayvan bir tabağa keşkek yemeği konulur, kaşıkla şekillendirilir, üzerine yağ dökülür. Çünkü keşkeğin pişimi de sunumu kadar özel olmalıdır, sadece mideye değil göze de hitap etmelidir. Eskiden daha fazla kara fırın bulunurdu, neredeyse her evde vardı. Çocukken hatırlıyorum, köylünün çoğu keşkeğini evinde yapardı. Şimdi evlerin yapısı değişti, taş fırını olan evler azaldı ve kimileri de şehre taşındı. Köy halkı toplu şekilde ekmek fırınında ya da bizim vakıf fırınında bayramlarda keşkeğini pişirtiyor. Durumu olanlar, durumu olmayan veya o sene kurban kesemeyenler için de keşkek yaptırabiliyor. Bu konuda bizler de elimizden geldiğince yardımcı olmaya çalışıyoruz. Zaten bayramlar bunun için var, bizim kültürümüz de dayanışma üzerine kurulu. Burada hepimiz biriz (Ayşe Hanım)”.



Fotoğraf 3. Ayşe Hanım İle Yapılan Mülakata Sonrası



Fotoğraf 4. Kara Fırın Kapağının Keşkek Pişirimi İçin Çamurla Sıvanması

4.2. Yazıköy Köyü Keşkek Kültürü

Safranbolu ilçe merkezine 4 km uzaklıkta bulunan ve yaklaşık 530 haneden oluşan Yazıköy, Safranbolu'nun nüfus açısından ikinci büyük köyüdür. Son yıllarda seracılık ile birlikte sebze ve meyve yetiştiriciliğinin geliştiği Yazıköy'ün en önemli simgesi, kendine özgü bir kültür durumuna gelmiş bayram yemeği keşkektir. Yazıköy ve keşkek isimleri öylesine özdeşleşmiştir ki çevre köylerde, kasabalarda ve illerde yaşayan Yazıköylüler bayramlarda keşkek yaptırmak ve yemek için Yazıköy'ü ziyaret etmektedirler. Köydeki mevcut onlarca taş fırın (kara fırın) sadece bu yemeği pişirmek için yapılmıştır. Öyle ki bu fırınların ismi bile 'keşkek fırını' olarak anılmaktadır.

Yazıköy'de keşkek yapımı şu şekilde gerçekleştirilir: Derin bir tencereye 3-4 kg erkek eti (erkek keçi eti), aşurelik buğday, biraz salça, tuz ve karabiber konularak tencere ağzına kadar su ile doldurulur. Keşkeklik suyu çekerek şişer. Önceden ısıtılmış özel keşkek fırınlarına tencerenin ağzı açık olarak akşamdan konulur. Sabah fırından alınan keşkek, eve geldiğinde hemen mutfağa geçilir, üzerindeki etler ayrı bir tepsiye alınır, etler kemiksiz hale getirilir, didilip tekrar keşkek tenceresine konur. Tahta şimşir kaşıkla 10 dakika kadar iyice karıştırılır, pişmiş etle buğday birbirine yedirilir. Pişiminden sonra birazca derin ve yayvan bir tabağa keşkek yemeği konulur, kaşıkla şekillendirilir, üzerine yağ dökülür. Çünkü keşkeğin pişimi de sunumu kadar özel olmalıdır, sadece mideye değil göze de hitap etmelidir. Sofrada bekleyen aile bireylerine ve misafirlere, sütle ıslatılıp tekrar pişirilen ve 'bişi/pişi' adı verilen yufka ile ikram edilir.



Fotoğraf 5. Keşkek Tenceresinin Kara Fırından Alınması

5. BULGULAR ve YORUMLAR

Bu çalışmada kültürel coğrafya kapsamında Safranbolu merkez ve komşu Bulak ve Yazıköy kırsallarında geleneksel bir kültür olarak yaşatılan keşkek üretimi ele alınmıştır. Bulak ve Yazıköy’de genel olarak bilinen ‘kazan keşkeği’ değil “taş fırın/kara fırın” keşkeği yapılmaktadır. Bunun temel sebebi hemen her evde bulunan taş fırınlardır. Keşkek üretimi zahmetli olup, pişmesi uzun zaman aldığından, hali hazırda diğer yemekler için yanan fırınların arta kalan sıcaklığından faydalanarak bu yemeği yapma girişimleri olduğu görülmektedir. Günümüze geldikçe insanların yaşamını sürdürdüğü evlerin yapısı değişmiş, bu fırınların sayısı azalmış ve insanlar keşkek yapımı için fırınlara ulaşmak zorunda kalmıştır. Bu zorunluluktan dolayı keşkek kültürü bu coğrafyada büyük ölçüde dini bayramlarda yapılarak yaşatılmaya çalışılmaktadır.

Kara fırın keşkeğinin özelliği olan ‘çömlekte pişirme’ yönteminden günümüzde uzaklaşıldığı ve büyük bakır tencerelerde pişirildiği gözlemlenmektedir. Bunun sebebi çömlek üretiminin gün geçtikçe azalması ve/veya fırın sayısı azaldığı için daha kısa zamanda daha fazla keşkek üretimi yapılmak istenmesidir.

Bulak ve Yazıköy özelinde keşkek üretiminde ayrı malzemelerin kullanıldığı veya bu malzemelerin özelliklerinin farklı olduğu görülmektedir. Bulak’ta yarma buğday ve büyükbaş hayvancılığın ön planda olmasına bağlı olarak kemiksiz sığır/inek eti kullanılırken Yazıköy’de ise aşurelik buğday ve küçükbaş hayvancılığın yaygın olması nedeni ile kemikli erkek keçi eti (erkeç) kullanılmaktadır.

Ana malzemelerde olduğu üzere yemeğin sunumunda da farklılıklar bulunmaktadır. Bulak’ta keşkek yemeğinin sunumu sadedir, etler kemiksiz olduğundan doğrudan karıştırılarak yenilmektedir. Yazıköy’de ise keşkek sunumu ‘sütlü pişi’ adı verilen hamur ile yapılmaktadır. Keşkek tenceresi açıldığında etlerin kemikleri ayrılarak ve etler parçalanarak keşkeğin içine karıştırılıp sunulmaktadır.

Safranbolu keşkeğinin karakteristik özelliklerini taş dibeklerde dövülerek kabuklarından ayrılan buğdayın su içerisinde kaynatılması, büyükbaş ya da küçükbaş hayvan etinin haşlanarak haşlanmış buğdayın üzerine didiklenmesi ve üzerine yağ dolaştırılması oluşturmaktadır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Kültür, coğrafi mekâna dayalı olarak üretilen ve ona göre şekil alarak yaşanan bir süreçtir. Bu çerçevede keşkek kültürü de coğrafi mekânın sunduğu imkânlara bağlı olarak yaşatılmaya devam etmektedir. Keşkek üretiminde kullanılan malzemeler ve pişirme yöntemlerine bakıldığında, bu kültürün yaşandığı coğrafyada bulunan yiyeceklerden faydalandığı, yaşam biçimlerinin bir parçası olarak da evlerin iç mimarisi ve yapısı gereği taş fırınların kullanıldığı

anlaşılmaktadır. Tüm bu özellikler gastronomik kimliğin iki temel bileşeni kültür ve çevreyi barındırmakta, genelde Safranbolu mutfağının özelde ise keşkeğin kendine özgü özelliklerinin diğer bir ifade ile gastronomik kimliğinin şekillenmesinde etkili olmaktadır.

Safranbolu özelinde taş fırın/kara fırın keşkeği yapımının altında yatan ana neden, tarihi Safranbolu evlerinin hemen hepsinde taş fırın/kara fırın bulunması ve ısısından yararlanılabilmesidir. Ancak günümüzde gerek evlerin yapısının değişmesine bağlı olarak taş fırına/kara fırına sahip olunmaması gerekse de sayılarının azalması nedeni ile insanların istedikleri zaman fırınlara ulaşma olanağının bulunmaması gibi sebeplerden dolayı keşkek yapımında fırın yerine bakır kazan tercih edilmektedir.

Yöresel farklılıklara karşın keşkeğin en dikkat çekici özelliği, keşkeğin doğum, asker, düğün, sünnet düğünü, hıdrellez, hayır yemeği, hacca gitme, mevlit, asker uğurlaması ve bayram gibi belli başlı törenlerde bir ritüel olarak herkesin katılımı ile birlik ve beraberlik içerisinde (imece usulü ile) yapılması ve tüketilmesidir. Bu durum toplumsal yaşamdaki birlik ve beraberliğin önemini ortaya koymaktadır.

Bulak ve Yazıköy’de keşkek kültürü, bu kültürün yaşanması, yaşatılması ve keşkeğin üretim amacı bakımından farklılıklar olmadığı anlaşılmaktadır.

Bulak ve Yazıköy’de yapılan keşkeklerde kullanılan malzeme, pişirme yöntemi ve sunum açısından ise farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir.

Bugün Bulak ve Yazıköy’de insanların keşkek pişirme fırınlarına ulaşmaktaki zorluğu, bu fırınların o yörelerde yapılan yeni ev yapılarından kaldırılmasının sebepleri ve bu sebeplerin keşkek kültürünü hangi yönde etkilediği konularının araştırılması keşkek kültürünün daha uzun süre yaşatılmasına yarar sağlayacak ve literatüre zenginlik katacaktır.

BULKAV (Bulak Turizm ve Kalkınma Vakfı) yetkilisi ve çalışanlarından Ayşe Hanım (54) ile Bulak Köyü’nde doğup büyümüş Gülsüm Hanım (72)’a somut olmayan kültürel mirasımız keşkek yemeği hakkındaki katkılarından dolayı teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

- Çekiç, İ., (2015). Geçmişten Günümüze Törenselle Bir Yemek: Keşkek. (Yüksek Lisans Tezi) ; [https://tez.yok.gov.tr/\(405494\)](https://tez.yok.gov.tr/(405494))
- Hacısalihoglu, İ. (1995). Geleneksel Türk Şehri: Safranbolu. *Türk Coğrafya Dergisi*, 30:411.
- Mejuyev, V. (1987). *Kültür ve Tarih*. (Çev. S. H. Yokova). Ankara: Başak Yayınları.
- Oğuz, E. S. (2011). Toplum bilimlerinde kültür kavramı. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 28(2):125.
- Tunçözgür, Ü., (2012), *Dünden Bugüne Safranbolu*, Safranbolu Belediyesi Kültür Yayınları 1, Karist Baskı, İstanbul, s: 15-18.

İnternet Kaynakçası

- Anonim, (2008). Yazıköy. <https://yazikoyum.wordpress.com/yazikoy/> Erişim Tarihi: 08.12.2019
- Bulak Köyü Tarihçesi. <http://www.bulakonline.net/koy/koy.asp> Erişim Tarihi: 10.12.2019



Kadın Hareketleri ve Medya: 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nün Ulusal Gazetelerde Temsili Üzerine Bir Analiz

Women's Movements and Media: An Analysis of the Representation of the 8th March International Women's Day in the National Newspapers

Elif Ceyda ALBAYRAK¹, Didem DENİZ ANAMUR²

¹Uşak Üniversitesi, İletişim Anabilim Dalı, Uşak, Türkiye

²Uşak Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Uşak, Türkiye

ORCID:

E.C.A.: 0000-0002-8281-6331

D.D.A.: 0000-0002-0390-0245

Corresponding Author:

Didem DENİZ ANAMUR

Email:

Didem.deniz@usak.edu.tr

Citation: Albayrak, E. C. ve Anamur-Deniz, D. (2020). Kadın hareketleri ve medya: 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nün ulusal gazetelerde temsili üzerine bir analiz. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 690-709.

Submitted: 26.07.2020

Accepted: 27.08.2020

Özet

Bu çalışma kadın mücadelesinin simgeleşmiş toplumsal hareketlerinden biri olan 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nün Türkiye'deki ulusal gazetelerde nasıl sunulduğunu analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda farklı yönelimlere sahip 3 ulusal gazetenin (Hürriyet, Cumhuriyet, Yeni Akit) son 5 yıl içerisindeki 8 Mart Dünya Kadınlar Günü haberleri betimsel analiz yaklaşımı ile incelenmiştir. İnsanların örgütlenerek bir araya geldiği ve toplumda değişiklik yaratmak ya da amaçlarını dile getirmek için düşüncelerini eyleme döktüğü toplumsal hareketler, modernleşme ile birlikte toplumsal değişimin sağlanmasında rol oynamıştır. 1960 yılında yaşanan toplumsal hareketlerdeki dönüşüm, merkezi örgütlenme şekline ayrılarak, merkezi olmayan yapılara dönüşmüştür. Bu evrilmenin sonucu toplanan gruplar, sorunlu yapıları, örgütleri veya durumları değiştirmek ve dönüştürmek adına eylemde bulunmuştur. Yeni toplumsal hareketlerin kimlik talebi üzerine kurulmuş olması, tüm dünyada eşit haklara sahip olmayan kadınların mücadelesini de etkisi altına almıştır. Cinsiyet ayrımcılığı, şiddet ve eşitsizlik gibi toplumsal cinsiyet kodlarının yarattığı sorunlara karşı ayaklanan kadınların eylemleri tüm dünyada etkili olmaktadır. Dünya kadın hareketinin en yaygın bilinen eylemlerinden biri olan 8 Mart tarihinin nasıl ortaya çıktığı ile ilgili farklı görüşler olsa da hepsinin ortak noktası kadınların bu tarihin şekillenmesinde aktif rol oynadığıdır. 8 Mart'ın Türkiye'deki gazetelerde nasıl ele alındığı, basının 8 Mart'a ve kadın hareketine yüklediği anlamı göstermesi açısından oldukça önemlidir. 8-9 Mart tarihli haberlerin 5 yıl süreyle incelendiği gazetelerin 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'ne bakış açısı farklılık göstermekle birlikte bazı gazetelerin hala annelik ve aile kurumu üstünden kadını değerlendirdiği, bazılarının bu günü çok az önemseyip haberleştirmede olduğu, bazı gazetelerin ise bu günü kadın sorunları ile birlikte ele aldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Cinsiyet, Kadın, Kadın Hareketleri, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü

Abstract

The present study aims to analyse how the 8th of March International Women's Day, one of the symbolized social movements of women's struggle, is presented in national newspapers of Turkey. Within this context, the reports of three national newspapers, which have different tendencies (Hürriyet, Cumhuriyet, Yeni Akit) about the 8th of March International Women's Day in the last five years, have been studied by descriptive analysis. Social movements, in which people organise and act out their thoughts to create a change in society or express their aims, have played a significant

role to provide social change, along with modernisation. The transformation in the social movements of 1960 separated from central organising and turned into non-central structures. The groups which gathered as a result of this inversion aimed to change or transform problematic structures, organisations or situations. The fact that new social movements were established on demand for identity influenced the struggle of women who do not have equal rights all over the world. The acts of women who rise up against problems, which are resulted from social gender codes such as gender apartheid, violence and inequality, have been effective all over the world. Although there are different arguments about how the 8th of March, the date of one of the most commonly known women's acts in the world, emerged, the common point is that women played an active part in the formation of this date. How the 8th of March is approached by the newspapers in Turkey is important in that it shows what meaning the national press attributes to the 8th of March and women's movements. Although the perspectives of those newspapers towards the 8th of March International Women's Day show differences according to the reports dated 8th-9th March in the last 5 years, it has been inferred from those analyses that some newspapers still commentate on women in terms of maternity or family whereas some ignore this date and do not make news about it. Still, some approach this date by referring to women's problems.

Keywords: Gender, Women, Women's Movements, 8 March International Women's Day

1. GİRİŞ

Toplumsal hareketlerin dünya üzerindeki etkisi oldukça yaygın olmakla birlikte kadın hareketlerinin de benzer bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Kadınların toplumla olan ilişkisi daha doğrusu kadınların toplumdaki yerine dair tartışmalar çoğu zaman ataerkil düşünceler çerçevesinde şekillenmiştir. Ataerkil düşüncelerin yarattığı toplumsal cinsiyet kodlarına yönelik başkaldırı ise tarihsel süreç içerisinde sıklıkla gözlemlenmiştir. Ezilen kadınların ilk başkaldırı eserlerinden biri (Christine de Pizan (1405), The Book of The City of Ladies) Ortaçağda kendini gösterse de etkin bir direniş 17-18. yüzyıllarda ortaya çıkmaktadır.

Feminist teori ve kadın hareketleri ile ilgili kapsamlı bir çalışma yapan Donovan, her ne kadar feminist teori tarihindeki ilk önemli çalışmanın Mary Wollstonecraft'un A Vindication of the Rights of Woman (Kadın Haklarının Savunusu) adlı eserini gösterse de bu yayından daha önce de kadınların farklı eserlerle¹ feminist hareket içinde olduklarına vurgu yapmıştır (Donovan, 2014: 21). Bu düşünce birikimi daha sonra gelişerek feminist hareketin de temellerini şekillendirmiştir.

Tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş aşaması yeni bir sınıfın, burjuvanın, kentlerde güçlenmesi, özgürlük, eşitlik, demokrasi, insan hakları gibi düşüncelerin gelişmesi, sanatta ve bilimdeki gelişmeler, sekülerleşme süreci gibi faktörler toplumsal yapıdaki önemli değişimler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreçte birey kendini bulma yolunda ilerlerken, üst iradelere karşı da özgürleşme mücadelesine girmiş, insan olmasından kaynaklı haklar arayışında mücadelesini sürdürmüştür. Bu değişim sadece siyasal alanda değil sosyal alanda da kendini göstermiştir. Ancak bu dönüşüm ve mücadelede kadınlar ve erkekler ortak hareket etse de sonuçları kadınların lehine olmamış, kadınlar bu mücadelede istedikleri hakları alamamıştır. Çakır'a göre kapitalizmin yarattığı etki toplumsal yaşantıyı değiştirerek üretimi aileden alıp kamusal alana geçirmiştir. Kentlerin oluşup büyümesi ile birlikte burjuva sınıfından gelen erkekler üretimi evden alıp işyerlerine (fabrika, atölye, imalathane) taşımıştır. Böylelikle erkekler üretime devam ederken kadınlar ev içerisinde kalarak üretimden soyutlanmıştır. Yeni toplumsal hayat sadece üretim alanında değişikliklere neden olmamış aynı zamanda özgürlük, eşitlik, adalet gibi insan haklarına yönelik kavramları da geliştirmiştir. Ancak bu hakların sadece erkekler için kabul gördüğünü fark eden kadınlar, feminizmin 19. Yüzyılda kitlesel bir hareket olarak canlanmasına neden olmuştur (Çakır, 2008: 416-417). Bu dönemde kadınların çalışma koşulları değerlendirildiğinde sanayi devriminin başından beri erkekle kadınların farklı çalışma alanları

¹ "Eylül 1791 tarihinde Paris'te, Fransız Devrimi'nin erken safhalarında, Olympe de Gouges Les Droits de la femme (Kadın Hakları) adlı bir el broşürü yayınlamıştı. Gouges daha sonra giyotinle idam edildi. Bir yıl önce 1790'da, Massachusetts'de Amerikalı Judith Sargent Murrey, On the Equality of the Sexes (Cinsiyetler arasındaki eşitlik üzerine) adlı eserini yayınlamıştı. Bundan daha da önce, Amerikan Devrimi sırasında ise, Abigail Adams, kocası John'a ulusu oluşturacak yeni kanunlar yapılırken kadınların da bir sesi ya da temsilcisi olması gerektiğini söylemişti" (Donovan, 2014: 21).

olduğu görülmektedir. Kötü çalışma koşulları, az ücret, niteliksiz iş gücü ve yardımcı iş gücü kadınlara uygun görülürken erkekler nitelikli ve yüksek işçi statüsünde, mesleki eğitim alabilen ve iş garantisi yüksek işlerde çalışan işçiler olarak görülmüştür (Sevim, 2005: 37).

Kadınların eşitlik, adalet ve hak için mücadelesi uzun yıllardır devam etmektedir. Böylesi bir toplumsal hareketlilik eylemsel ve düşünsel anlamda birçok kazanım elde etse de hala “kadın sorunları” ve “eşitlik” tartışmalarının devam etmesi, feminist mücadelenin devam edeceğinin bir göstergesidir. Bu mücadelenin boyutlarının kitlelere duyurulmasındaki önemli araçlardan biri de medya olacağından medyanın kadın hareketlerine karşı bakış açısı araştırmanın önemini ve amacını temsil etmektedir. Bu doğrultuda araştırmamızın temel hipotezleri şu yöndedir:

- Türkiye’de kadın toplumsal hareketi eylemsel boyutta medyada yeterince yer almamaktadır.
- 8 Mart Dünya Kadınlar Günü gazeteler tarafından genellikle toplumsal cinsiyet rollerine uygun bir tavırla (çiçekle, annelikle, aileyle vb. konularla) anılmaktadır.
- Kadınlar medyada genellikle şiddet sorunuyla birlikte anılmaktadır.
- Kadınların sivil, siyasal, sosyal ve kültürel hakları için mücadelesi medyaya çok az yansımaktadır.

2. TOPLUMSAL HAREKETLER ÇERÇEVESİNDE İLK KADIN HAREKETLERİ

Toplumsal hareket, çok sıkı olmayan bir örgüt yapısı içerisinde hareket eden ve eyleme geçmek için üyelerin kendi düşünce, istek ve özlemlerinin olduğu özel bir kolektif davranış biçimidir (Heywood, 2014: 365). Toplumsal hareket kavramı aslında aydınlanma ile birlikte anlam bulmuş ve ideolojik düşünceler çerçevesinde şekillenmiştir. 20. Yüzyılın ortalarından sonra ise toplumsal hareketler yeni bir boyut kazanarak sosyal sınıf yapısına bağlı ideolojik bağlamından bir nebze uzaklaşarak, kimlik ve kültürel haklar ekseninde kendini göstermeye başlayarak yeni toplumsal hareketler adını almıştır.

Sancar’a göre eski toplumsal hareketler 19. yüzyılda, liberalizm, Marksizm ve milliyetçilik gibi büyük ideolojilerin; sınıf mücadelesi, kendi geleceğini tayin hakkı, özgürlük eylemlerini kapsamaktadır. Bu dönemdeki kadın hareketleri 1800’lü yılların sonundan itibaren hem işçi sınıfı hem de orta sınıf kökenli kadınların eylemleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunlar sendikal işçi hareketleri içerisinde emek ve işçi sınıfı temelli eylemler olarak kendini göstermekle birlikte Suffrage gibi doğrudan kadınların eşitlik ve siyasal haklarına yönelik taleplerine yönelik hareketleri de içermektedir (Sancar, 2011: 61-62). Kadınların hak mücadelesi tarihsel süreç içerisinde farklı kırılma noktaları yaşamıştır. Literatürde feminist dalgalar olarak adlandırılan bu süreç aslında kadınların toplumsal değişimle birlikte hak mücadelesinin de dönüşümünü göstermektedir. Kadınların ilk mücadelesi oy verme hakkı, eşitlik ve çalışma hayatında yer edinme gibi siyasal ve sosyal hayata yönelik düzenleme istekleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Donovan’a göre feminist kadınlar 18.yüzyıldan sonra Batı dünyasını etkisi altına alan devrim dalgasının coşkusuna kapılmıştır. Aydınlanma çağı kuramlarının da bu dönemde ortaya çıkması kadınların da erkeklerin sahip olduğu haklardan yararlanma istediğini pekiştirmiştir (Donovan, 2016: 22).

Kadınlar Fransa’da 1789 Devrimi’ne aktif bir şekilde katılmış ve önemli roller almıştır. Bu kadınlardan biri olan Olympe de Gouges (1748-1793) kadınların özgürlüğünü ve siyasal haklarını savunmuştur. Meclisin çıkardığı İnsan (Erkek) ve Yurttaş Hakları Bildirgesi’ne cevaben 1791 yılında Kadın ve Yurttaş Hakları Bildirgesi’ni yayımlamıştır. “Kadının giyotine çıkma hakkı varsa, kürsüye çıkma hakkı da olmalıdır” sözü ile tarihe geçse de bu sözü gerçekleştirilmeden giyotinle idam edilmiştir (Bendason;1990, 35). Fransız Devrimi kadınlara tam olarak haklar tanımasa bile belirli noktaya kadar eşitlik ve çalışma hakkı elde ettikleri görülmektedir. Devrimin

kadınların haklarını elde etmelerinden çok bilinçli bir örgütlenmeyi gereksinimlerini olduğu anlamaları kazançları olmuştur. Bu nedenle kadınlar Fransa'nın dört bir yanında kulüpler açmıştır. Devrim teorisyenlerinden Marquis de Condorcet 1790 yılında yazdığı *De l'admission des femmes au droit de cité* (Kadınların Tam Yurttaşlığı Kabulü) adlı derlemesinde kadınlar için eşit eğitim ve eşit hakları savunmuştur. Yazılan denemenin ardından erkek çocuklarla kız çocuklar arasında miras eşitliği sağlanırken kadınlara da boşanma hakkı 1792'de verilmiştir (Arat, 2017: 40). Fransız Devrimi'nin kadınların devrimini ödüllendirmediği görülmekteyse de kadınları geliştirdiği bir gerçektir. Toplantılar, dernekler ve broşürler bu tarihten sonra görülmeye başlanmıştır. Önemli olan diğer konu ise Fransız Devriminden sonra kadının sadece aile içindeki rolü dışında toplumsal rolü tartışma konusu olmaya başlamıştır. Ancak devrimin ardından kadınların haklarının ömrü de kısa sürmüştür. Napolyon dönemi ile kadınların hakları ellerinden alınmıştır. 1801 yılı Fransa'sında kadının erkeğe yönelik itaati doğanın gerekliliği olarak görülmüş, kadın toplumsal alandan çekilerek evine dönmeye mecbur bırakılmıştır (Sevim, 2005: 35).

Kadınların hak mücadelesi İngiltere'de de benzer yüzyıllarda şekillenmeye başlamıştır. İngiltere'de kadın hakları için ilk feminist manifestoyu 1825'te William Thompson, Anne Wheeler'in düşüncelerinden esinlenerek birlikte yazmıştır. Bu manifestoyla evli kadınların çıkarlarının kocalarının yetkileri aracılığıyla korunduğunu öne süren "içkin çıkar" kuramına karşı çıkmıştır (Michel, 1993: 63). Arat'a göre dönem feministleri erkeklerin ayrıcalıklarından yararlanmak isterken erkeklerin de kadınlardan bir şeyler öğrenmelerini istemiştir. Onlara göre kadınların ezilmesi sadece erkeklerin suçu değil geleneğin tiranlığının da sonucudur. Bu bağlamda onlar kadın gücünün istismar edilmesine karşı çıkarak erkeklerle eşit haklara sahip olmak istemişlerdir (Arat, 2017: 38). Çakır'a göre İngiltere'de yaşayan dönem feministleri yerlerini sorgulayarak bugün toplumsal cinsiyet kavramı ile ifade ettiğimiz kadın ve erkek rollerine işaret etmiştir. Marry Wollstonecraft birçok eserinde kadınlığın toplumsal vurgu olduğunu işlemiştir. İngiltere'deki kadın hareketleri neticesinde eğitim ve çalışma hakkı gibi bazı haklar elde edilmiştir. İngiltere'de asıl kadın hareketinin görünmesi oy mücadelesiyle görünür kılınmıştır. 1867 yılında feminist kadınlar oy hakkı için imza kampanyası başlatmıştır. John Stuart Mill'in desteklemiş olduğu ve Avam Kamarasına sunduğu bu yasa önerisiyle başlayan kadın hareketi başarılı olamamış ve bunun sonucu 1900'ler sonrası farklı boyutlanarak militan bir harekete dönüşmüştür (Çakır, 2016: 423).

Kadınların haklarını savunmak adına ABD'de görülen ilk eylem ise Seneca Falls toplantısıdır. Seneca Falls kadınların hak mücadelesi adına önemli bir yer tutmaktadır. Öyle ki kadınların dayanışma içerisinde olduğu 1848'de yapılan bu toplantı sonrasında Declaration of Sentiments yayınlanmıştır. Kadın ve erkeklerin eşit yaratıldığına vurgu yapan bildirinin önemli noktalarından birisi kadınların bir araya gelerek ortak bir idea etrafında toplanmaları olmuştur. Kadınlar yayınladıkları bildiride doğal haklarından bahsetmişler ve doğal haklarına karşı olan yönetime rıza göstermeyeceklerini açıkça belirtmişlerdir. Ayrıca bildiride oy hakkı ve çalışma haklarından bahsederken eşit ücret taleplerini de dile getirmişlerdir (Çakır, 2016: 418). Seneca Falls'u oy hakkı kampanyaları, yayınlar ve konferanslar izlemiştir. Gösteriler ve yürüyüşler yapılmış, ancak din adamları ve gazeteciler tarafından bu eylemler gülünç bulunarak saldırıya uğramıştır. Amerikalı kadınların hak mücadelesi iç savaş döneminde kesintiye uğramıştır. Savaş bitiminde siyahi erkeklere oy hakkı verilse de kadınlar yine oy hakkı alamamıştır. Savaş sonrasında kadınlar Suzan Anthony ve Cady Stanton önderliğinde Ulusal Kadınlar Derneğini kurmuştur. Amerikalı kadınların oy mücadelesi 1920 yılında oy hakkı kazanmasıyla sonuçlanmıştır. Kadınlar, Amerika'da fuhsa karşı savaş, farklı ücretlendirmeler ve cinsel özgürlük gibi birçok konuyu da eleştirmeye başlamıştır. Kadınların çabaları sonucu ilk *Eşit Haklar Bildirgesi* 1923 yılında Amerikan Kongresinde sunulmuştur. Ancak bu bildirge kadınlar arasında fikir

ayrılığına yol açarak dayanışma ve birliğin bozulmasına ve 1960 yılına dek feminizmin Amerika’da duraksamasına neden olmuştur (Arat, 2017: 48).

Kadınların toplumsal hareket içerisindeki yeri sadece bu üç ülkede değil Avrupa’nın hatta dünyanın birçok yerinde de kendini göstermiştir. Kadınların çalışma haklarından, siyasal haklarına, evlilikten, cinsel hayat özgürlüğüne, boşanma hakkında mal edinmeye kadar birçok konudaki eşitlik mücadelesi toplumsal hareketlerdeki ilk eylemler olarak tarihe geçmiştir.

2.1. Yeni Toplumsal Hareketler ve Kadın

Yeni toplumsal hareket teorisi, Avrupa kıtasındaki sosyal teori ve siyaset felsefesi geleneklerine dayanmakla birlikte büyük ölçüde kolektif eylemi analiz etme konusundaki klasik Marksizmin yetersizliklerine bir yanıt olarak ortaya çıkmıştır (Buechler, 1995: 441). 1960’lı yıllarda toplumsal hareketlerde yaşanan dönüşüm, bireylerin taleplerinin niteliğiyle birlikte şekillenmiş, yeni toplumsal hareketler kimlik talebiyle toplumsal yaşamda yerini almıştır. Toplumsal hareketlerdeki farklı katmanların oluşmasıyla birlikte işçi kimliği üst kimlik olarak parçalanmıştır. Amerika ve Avrupa’da ortaya çıkan hareketler cinsel kimlik, etnik kimlik, dinsel kimlik gibi farklı kimlik talepleriyle kendisini göstermiştir. Kimlik hareketi; kadın hareketleri ve çevreci gruplar gibi yapılarda yer bularak kendisini ifade etmesinde ve birliktelik oluşturmasında önemlidir. Diğer yandan bu hareketler teorisyenlerce idealleri olan grupların “eski sosyal hareketlere” karşı gelişen “yeni sosyal hareketler” olarak adlandırılır (Dede, 2018: 25; Çayır, 1999: 8). Yeni toplumsal hareketler “doğrudan ve katılımcı demokrasi, topluluk temelli siyaset, kültürel hakların tanınması ve farklı yaşam tarzlarına saygı, kentsel mekânların sıradan insanlara eşit ve özgür yaşam fırsatları sunabilmesi, sınırsız kapitalist tüketimin reddi ve doğanın korunması gibi değerlerle beslenen ve gelişen” (Sancar, 2011: 62) bir boyutta 20. Yüzyılda kendini göstermiştir. Yeni toplumsal hareketler, insan olmanın anlamı, “doğa” ile ilişkimizin ne olduğu, ne tür askeri silahların ahlaki sınırların ötesinde olduğu gibi kültürel anlamları şekillendirmekle daha fazla ilgilenmektedir. Bu bağlamda yeni toplumsal hareketin katılımcıları insancıl amaçlarını duygularla yönlendirmeye başlamıştır (Jasper, 2018: 192).

Sancar’a göre feminizmin ilk aşaması olan Birinci Dalga Feminizm, Birinci Dünya Savaşı’nın ardından oy hakkının birçok ülkede tanınması ile sonuçlanmıştır. Bu süreç Simon De Beauvoir’in yapıtları ortaya çıkana kadar duraksamıştır (Çakır, 2008: 435). Feminist ikinci dalga olarak adlandırılan bu dönemin en önemli katkısı “siyaset” terimini özel alana bırakılan konuları içerecek şekilde yeniden tanımlamaktır. Kate Millet’in “kişisel olan politiktir” sloganıyla anlam bulan bu dönemde kadınlara karşı şiddet, kadınların bedenleri üzerindeki kontrolü ve cinsellik gibi konular, kamu meselesi ve siyaseti olarak dile getirilmiştir. “Özel” alanın aktivizme açılması, bilinç yükseltme grupları, kendi kendine yardım merkezleri ve hizmet kuruluşları, kooperatifler ve işletmeler ve kadın çalışma merkezleri dahil olmak üzere çok çeşitli özerk kadın örgütlerinin gelişmesine yol açmıştır (Desai, 2006: 458).

Simone de Beauvoir yazdığı eserlerle feminizmin yeniden canlanmasına katkıda bulunmuş, İkinci Cins adlı eserinde kadınlığın toplumda nasıl kurgulandığına “kadın doğulmaz kadın olunur”un nasıl işlediğine dikkat çekmiştir (Beauvoir, 1993: 8)

“Kadın, dünyanın bütünüyle erkek dünyası olduğunu kabul eder, erkekler kurmuştur bu dünyayı, onlar yönetmektedir ve bugün dünyanın efendisi onlardır; kendisine gelince, o bu dünyadan sorumlu değildir; onun bağımlı, ikinci derecede bir varlık olduğu kabul edilmiştir zaten; şiddet dersleri almamış, topluluğun öbür öğelerinin karşısına hiçbir zaman bir özne olarak çıkmamıştır, etine, evine kapanmıştır, kendini, bütün erek ve değerlerin yaratıcısı olan şu insan yüzlü tanrılara oranla, edilgin bir varlık gibi hissetmektedir”.

İkinci dalgadaki feminist kadınlar, 1935-1945 yılları arasında doğan ve bir önceki nesil gibi anti-faşist ve anti -kolonyalist bir imajla kendilerini tüketmeyerek annelerinden daha iyi eğitim

gören bir nesil olarak karşımıza çıkmaktadır. Karma eğitim görmüş ve üniversite eğitimi alan kendi ülkelerinde faşizm adına mücadele eden, Amerika'da yaşayan siyahiler için savaşan, halkın kendi kaderini yazması gibi ilkelerle düşüncelerini çeşitlendirmiş kadınlar ikinci cins olmayı reddetmiştir. Kadınların hak mücadelesinin sonucu Kuzey Amerika ve Avrupa'da Kadın Hareketleri (Women's Movement) ortaya çıkmıştır (Michel, 1993: 84).

İkinci kuşak feministler, feminist anlayışın örgütlenme durumunu da güçlendirmiştir. Amerika'da feminist kadınlar Betty Friedan öncülüğünde 1966'da Ulusal Kadın Örgütü'nü (National Organization for Women /NOW) kurdular. NOW özellikle çocuk sahibi olan ve evli kadınları bir araya getirerek sorunlarına cevap bulmaya çalışmıştır.

1967 yılında bekar ve genç kadınlardan oluşan grup NOW'dan ayrılmış Women's Liberation Movement'ı kurmuştur. Süreç içerisinde baskı grubu olarak Women's Liberation Movement federal ve yerel düzeylerde hükümetler, gazeteler, televizyonlar ve üniversite eylemleri de düzenleyerek kadınlara yönelik cinsiyetçiliğin, ücret ayrımcılığının ve kürtajın hak olarak tanınması adına pek çok eylem gerçekleştirmiştir (Michel, 1993: 85).

İkinci dalga kadın hareketinin önemli sonuçlarından biri ise politik aklı ve dili olan feminizm kavramını aile evlilik ve annelik üçgeninden çıkartarak özel alanın dışiselleşmesine yönelttiği eleştiridir. Bu sayede kadınların somut yaşamında önemli sonuçlar elde edilmiştir (Sancar, 2011: 66).

Özetle ikinci dalga feminizm erken dönem feminist hareketlerden farklı olarak sivil ve siyasi hakların yanında kadının cinselliği ve kürtaj hakkı, toplumun kadın mitini nasıl yarattığı gibi konularla ve kadının özne olarak toplumda yer alması gerektiğine yapılan vurgularla ve ücretsiz ev içi emekçiliği sorununun tartışılması ile şekillenmiş, mücadelesini bu doğrultuda devam ettirmiştir.

1990'lara gelindiğinde ise kadın hareketi toplumsal hareketlerle farklı bir bütünleşmeye girmiştir. Kadınlar orta sınıftan beyaz kadın sorunlarının dışına çıkarak diğer azınlık grupları ile birlikte hareket etmeye başlamıştır. Dünyadaki kadın ve azınlık sorunlarını bir arada gören bir mücadele içine girmiştir. Postmodernizm, postyapısalcılık, yapısöküm, postkolonyalizm, çokkültürcülük ve maduniyet çalışmaları gibi çağdaş okullardan etkilenen feminist düşünce çoğu zaman modernleşme karşıtı bir bakış açısı ile görüşlerini şekillendirmişlerdir (Bozok, 2009: 281).

2.2. Türkiye'de Kadın Hareketleri

Türkiye'de kadın hareketinin geçmişi Osmanlı Devleti'nin son dönemlerine denk gelmektedir. Devletin modernleşme sürecinde kadınlar diğer ülkelerdeki feminist hareketlerden etkilenerek farklı basılı yayınlarla kadın hakları üzerine eserler vermeye başlamış farklı örgütlenmelerle de bu hakların topluma yayılmasını sağlamaya çalışmıştır.

Osmanlı Devleti'nde Batıdaki gibi feminist hareketlerin oluşumu 1908 yılında ilan edilen II. Meşrutiyet ile başlamıştır. Osmanlı kadın hareketi genel olarak dergiler ve dernekler etrafında toplanır. Osmanlı Kadınları Terakkiperver Cemiyeti, Teali Nisvan Cemiyeti, Osmanlı Cemiyet'i Hayriyye-i Nisaiyye, Müdafii hukuk-ı Nisvan Cemiyeti bu oluşumlar arasında yer almaktadır. Bu örgütler Osmanlı feministlerinin kadın hukukunu savunmaya yönelik girişimleri olmuştur (Toprak, 2016: 4). Meşrutiyetle birlikte kadın konusu pek çok yönüyle ve daha geniş çevrelerde tartışılmaya başlanmış, dönemin önemli düşünürlerinden Baha Tevfik, Odette LAcquerre'in Feminizm isimli eserini Türkçeye çevirisini (1909) yapmıştır. Bu çeviriyi "İslamiyet ve Feminizm" adı verdiği bir başlıkta yayımlamıştır (Feminizm Üzerine Görüşler, Tanzimat'tan Cumhuriyete Türkiye Ansiklopedisi Cilt 4, 1985: 875) Osmanlı'da çıkartılan ilk kadın dergisi Terakki Muhadderat ise Terakki gazetesi tarafından 1869 yılında çıkartılmıştır. Bu gazetenin içeriği gerekse

ifade tarzına göre dönemin kadın konumunu sorgulayan ve birçoğu başlıksız olan kadın mektuplarına ver verilmiştir. Dergiler, Osmanlı kadınlarının kendilerini ifade etmesini sağlamış kurulan dernekler ise bireysel taleplerin örgütsel olarak duyurulmasını sağlamıştır. Bu sayede kadın sorunlarına çözümler üretilmeye başlanmıştır. Kadınlar kurulan derneklerini duyurmak için yayın ve konferans gibi araçlar kullanmışlardır. Kurulan bu dernekler içerisinde feminist hareketler amacıyla kurulan önemli bir dernek Kadınlar Dünyası adında bir yayın organı da bulunan Osmanlı Müdafaii Nisvan Cemiyeti'dir. 1913 yılında kurulan derneğin amacı kadınların haklarının korunması ve kadının konumunun yükseltilmesidir. Kadınlar Dünyası Dergisi ise, kadınları sadece bilinçlendirmek ile kalmayarak kadınları harekete geçirmekte önemli rol üstlenmiştir. Kadınlar, Osmanlı döneminde de sendikal örgütlenmenin içerisinde yer almıştır. Kadınlar dönem içerisinde ekonomik haklarını almak adına hem görünürde hem de perde arkasında mücadele vermiştir. Örneğin 1872-1907 yılları arasında Osmanlı'da örgütlenen 50 grevin 9'u kadınlara aittir (Çakır, 2016: 45).

Çaha'ya göre 1935 yılında kadınların oy hakkını elde etmesinin ardından Türk Kadınlar Birliği kapatılmıştır². Bu nedenle kadınlar cephesinde oluşan sivil toplum potansiyeli de yok olmuştur. Bu bağlamda Türkiye'de feminist hareket de noktalanmıştır. Bundan sonraki süreçte kurulan kadın kuruluşlarının temel amacı resmi ideolojiye hizmet etmek olmuştur. Bu durum 1980'lere gelene dek yeni bir feminist hareketin ortaya çıkışına kadar devam etmiştir (Çaha, 2017: 140).

1980 Türkiye'sinde feminist gruplar kamusal alanlarda seslerini duyurmaya başladılar. 1980'lerin başından itibaren son beş yıl içinde kadın grupları, eski kimlikleri ve eski gruplarından ayrıldıklarını söylemleriyle göstermişlerdir. 1985 yıllarına gelindiğinde kadınlar sokaklara inmeye inandılar ve sokaklara inmelerini sağlayan olaylarla gerçekleştirmiş oldukları eylemlerle medyada büyük yankı uyandırdılar (Çaha, 2017: 207). 1982- 1990 yılları arasında İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirlerde küçük gruplarla eylemler gerçekleşmiştir. 1982 yılında YAZKO tarafından Gazeteciler Cemiyeti'nde düzenlenen bir toplantıda feminizm ilk kez kamuoyu önünde açıkça savunulmuştur. Devam eden yıllarda Somut Dergisi'nde feminist kadın sayfası yayınlanmış, ardından 1984'de Kadın Çevresi Kitap Kulübü kurulmuştur. Kadınlara karşı her türlü Ayrımcılığa Karşı Uluslararası sözleşmenin kabul edilmesi için imza kampanyası başlatılmış, 1986 yılında kabul edilmiştir. 1987 yılına gelindiğinde ise kadına karşı şiddet adına eylemler düzenlenmiş, 8 Mart kutlamaları da aynı tarihlerde başlamıştır. Ayrıca Türkiye'de şiddete maruz kalan kadınlar için sığınak çalışmaları ve kadın hakları adına çalışmalar yapan 1. Kadın Kurultayı, Türkiye'de feminist hareketin gittikçe güçlendiğini göstermektedir (Tekeli, 1993: 34).

2.3. Kadın Hareketlerinin Simgeleşmiş Günü: 8 Mart Dünya Kadınlar Günü³'nün Artalanı

Dünya Kadınlar Günü, ilk olarak yirminci yüzyılın başlarında kadın emek hareketlerinin faaliyetleri sonucunda sosyalist bir eylem ortaya çıkmıştır. Bu sebeple sosyalist olmayan ülke ve kuruluşlar 8 Mart'a mesafeli yaklaşmış, farklı günlerde kadınlar üzerine kutlama ya da mitingler düzenlemiştir. Birleşmiş Milletler ise aldığı kararla 1975 senesinden beri 8 Mart'ı Dünya Kadınlar Günü olarak kutlama kararı almıştır.

8 Mart gününün seçilmesi ile ilgili en genel yargı 8 Mart 1857'de acımasızca bastırılan bir kadın tekstil işçileri grevinin yarattığı etkidir. Bu grevin özellikle 50. Yıldönümünden itibaren

² Türk Kadınlar Birliği hakkında bkz; (Çaha,2017: 134-140).

³³ 8 Mart Dünya Kadınlar Günü ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Kurtoğlu, A. (2015). 8 Mart Dünya Kadınlar Günü hakkında kısa bir hikaye. Fe Dergi, 7(1), 78.

kadınlar çeşitli protesto eylemleri düzenlemiştir⁴. 1910'da Kopenhag'da II. Uluslararası Sosyalist Kadınlar Konferansı'nda Almanya Sosyal Demokrat Partisi'nden Clara Zetkin Dünya Kadınlar Günü fikrini ortaya atmış, sendikaları, sosyalist partileri, çalışan kadın kulüplerini temsil eden ve Finlandiya parlamentosuna seçilen ilk üç kadın da dahil olmak üzere 17 ülkeden 100'den fazla kadın bu öneriyi kabul etmiştir. Kopenhag'da kararlaştırılan kararın ardından, Dünya Kadınlar Günü 19 Mart'ta Avusturya, Danimarka, Almanya ve İsviçre'de kabul görmüştür. Bir milyondan fazla kadın ve erkek, kadınların çalışma, oy kullanma, eğitim alma, kamu görevinde bulunma ve ayrımcılığı sona erdirmeye kampanyaları için düzenlenen Dünya Kadınlar Günü mitinglerine katılmıştır (<https://www.internationalwomensday.com/About>, 22 Mayıs 2020 tarihinde erişildi).

Tunçay'a göre Türkiye'de ilk 8 Mart kutlaması 1921 yılında Komünist Parti üyesi Süleyman Selim'in Ankara dolaylarındaki bağında kadınların genel toplantısında yapılmıştır. Bu toplantıda 8 Mart Uluslararası Kadınlar Bayramının önemini açıklayan, Şerif Manatov bildirisi okunmuştur (Tunçay, 1982: 196-197). 8 Mart'ın aktif bir şekilde kutlanmasının öncülüğünü İlerici Kadınlar Derneği olarak gösteren Akal'a göre ise 1977 yılında 16, 1978 yılında 30'u aşkın il ve ilçede 8 Mart kutlamaları yapılmış 1979 yılında ise 8 Mart, artık bir gün olarak değil bir hafta süresince farklı ülkelerden katılımlar ile kutlanmıştır (Akal: 2003,174). 1980 darbesi ile kesintiye uğrayan 8 Mart Dünya Kadınlar Günü etkinlikleri 1984 yılında sosyalist etkiden de kurtularak tekrar kutlanmaya başlanmıştır.

3. ARAŞTIRMA

Gaye Tuchman'ın 1978 yılında yazdığı makalede yer alan kadınlar medya tarafından simgesel olarak yok edilmektedir fikri hala devam eden bir düşünce olarak kabul edilebilir. Tuchman'a göre yansıma hipotezi ve sembolik yok edilme medyaya karşı geliştirilmiş iki görüştür. Yansıma hipotezine göre kitle iletişim araçları baskın toplumsal değerleri yansıtmaktadır. Özellikle televizyon endüstrisi geniş halk kitlelerini çekmek için Amerikan değerleri ile uyumlu programlar sunmaktadır. Sembolik yok etme ise daha çok kadınların nasıl temsil edildiği kadar ne yönde temsil edilmediğine vurgu yapmaktadır. Kadınlar toplumun yarısını oluşturmakta ve çalışma hayatında büyük ölçüde yer almalarına rağmen medya tarafından yeterince temsil edilememekte, çalışan kadınlar ise kınanmaktadır. Diğerleri ise önemsiz çocuksu süsler gibi sembolize edilir ve evin koruyucu sınırlarına hapsedilirler. Özetle sembolik yok edilme tabii olurlar (2000, 153-154). Tuchman'ın bu ifadesi aslında günümüz medyasının gösterdikleri kadar göstermediklerinin de önemli olduğuna vurgu yapması açısından değerlidir.

3.1. Amaç

Bu çalışmanın amacı 8 Mart Kadınlar Günü'nün Türkiye'de yayımlanan ulusal gazetelerde nasıl temsil edildiğini betimsel analiz yöntemiyle ortaya koymaktır. Çalışma 3 farklı yönelime sahip gazetenin 8 Mart Dünya Kadınlar Günü ve ertesinde çıkan haberleri son 5 yıllık süreç içerisinde ele alarak analiz etmektedir.

8 Mart Dünya Kadınlar Günü evrensel bir nitelikte kadın hakları ve özgürlükleri üzerinden simgeleşmiş bir gün olarak kabul edilebilir. Bugünün gazetelerde yer alması medyanın bu gazeteler çerçevesinde toplumsal cinsiyete bakış açısında da ipuçları vermektedir öngörüsünden hareketle aşağıdaki araştırma soruları belirlenmiştir;

- Seçilen gazetelerde 8 Mart Kadınlar Günü'ne ait haber üretilmiş midir?
- 8 Mart Kadınlar Günü haberlerinde nasıl temsil edilmiştir?

⁴ 1907'de kadınlar, tehlikeli çalışma koşullarını ve çok uzun çalışma sürelerini protesto etmek için New York'ta bir 'Açlık Yürüyüşü' düzenledi ve on saatlik bir çalışma günü ve ücretlerin iyileştirilmesi çağrısında bulundu. Polis yürüyüşe saldırdı ve ertesini yıl 8 Mart 1908'de kadınların tarihinde bir dönüm noktası haline gelen bir hatıra yürüyüşü yapıldı. (https://www.nwci.ie/learn/article/why_do_we_celebrate_international_womens_day_the_history Erişim Tarihi: 20.05.2020)

- 8 Mart Kadınlar Günü farklı yönelimlere sahip gazetelerde günün anlamına uygun bir şekilde haberleştirilmiş midir?
- Toplumsal kadın hareketleri haberlerde hangi (Gösterici şiddeti, polis şiddeti, eylemin gücü, eylemin naifliği vb.) tema ile birlikte anılmıştır?
- İncelenen günlere ait kadın merkezli haberlerde, kadınların toplumsal cinsiyete dayalı sorunlarına dönük haber üretilmiş midir?

Çalışma kapsamında 2016-2020 yılları arasında son 5 yılda çıkan 8 Mart Dünya Kadınlar Günü haberleri değerlendirilmiştir. Bu bağlamda 8-9 Mart tarihleri amaçlı örneklem olarak seçilmiştir.

Çalışma 3 farklı görüşe sahip gazetenin 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'ne bakış açısını kadın hareketi üzerinden değerlendirmiştir. Geniş bir ideolojik yelpazede en çok okunan gazeteler değerlendirildiğinde karşımıza, anaakım medya olarak Hürriyet, ulusal sol kanatta Cumhuriyet, muhafazakar, siyasi İslamcı ve sağ yapıdaki Yeni Akit gazeteleri çıkmaktadır. Bu gazetelerin birinci sayfasında yer alan haberler incelenmeye alınmıştır.

3.2. Yöntem

Çalışmanın araştırma kısmında 8 Mart Kadınlar Günü ve 9 Mart haberlerine ilişkin değerlendirmede betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek'e (2013,256) göre betimsel analiz yaklaşımında elde edilen veriler temalara göre özetlenmekte ve yorumlanmaktadır. Bu analiz yöntemi çerçeve oluşturma (bu aşamada araştırma sorularından ve bulgulardan yola çıkarak temalar oluşturulur), tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi (oluşturulan çerçeve içerisinde araştırmanın verileri okunur ve düzenlenir), bulguların tanımlanması (veriler tanımlanır ve gerekli yerlerde doğrudan alıntılar yapılır) ve bulguların yorumlanması (bulgular neden sonuç ilişkileri açıklanır ve yorumlanır) şeklinde olmak üzere 4 aşamadan oluşmaktadır. Bu doğrultuda çalışmada ilk önce araştırma bulgularından yola çıkarak farklı hipotezler şekillenmiş bunlara uygun da temalar oluşturulmuştur. Bu doğrultuda ilk aşamada araştırmanın temel varsayımları şekillenmiştir: 1) Türkiye'de kadın toplumsal hareketi eylemsel boyutta medyada yeterince yer almamaktadır. 2) 8 Mart Dünya Kadınlar Günü gazeteler tarafından genellikle toplumsal cinsiyet rollerine uygun bir tavırla (çiçekle, annelikle, aileyle vb. konularla) anılmaktadır. 3) Kadınlar medyada genellikle şiddet sorunuyla birlikte anılmaktadır. 4) Kadınların sivil, siyasi, sosyal ve kültürel hakları için mücadelesi medyada çok az yansımaktadır. Varsayımlarından hareketle 4 farklı tema oluşturulmuştur;

- Kadın hareketlerinin eylemsel boyutuyla temsili
- Kadının toplumsal cinsiyet kodlarına uygun olarak temsili
- Kadın sorunlarının şiddete indirgenmesine dayalı temsil
- İnsan haklarına dayalı kadın haklarının tartışılmasına yönelik temsil
- Kadınların özne olarak haberleştirilmesi

Daha sonra tematik çerçeveye göre veriler işlenmiş, bulgular tanımlanmış ve yorumlanmıştır.

3.3. Sınırlılıklar

Çalışma 2016-2020 yılları arası 8 Mart ve 9 Mart sayılarıyla son beş yıla ait verilerle sınırlandırılmıştır. Çalışmada basılı gazetelerin birinci sayfaları kullanılmıştır. Gazetelerin birinci sayfaları günün en önemli haberlerinin yer aldığı, gazete yayın kurulunca değerli görülen, gazetenin tirajını arttırmaya yönelik ve gazetenin görüşlerini de (özellikle manşetle) yansıtıldığı sayfalar olarak nitelendirilebilir. Genellikle bu haberlerin içeri sayfalarda da devamı olduğu için gazetelerin geniş bir şekilde ele aldığı konular olarak da dikkat çekmektedir.

Gazeteler, elde edilen bulgular çerçevesinde ele alınan tarihler içerisinde değerlendirilmiştir. Bu sebeple gazetelerin diğer zamanlarda kadınlara yönelik çıkardığı haberler araştırma kapsamı dışında kalmıştır.

3.4. Haberlere Yönelik Nicel Veriler

Tablo 1. Haberlere Yönelik Nicel Verilerin Temalara Göre Dağılımı

Gazeteler	Haber Sayısı	Eyleme Yönelik Haber	Toplumsal Cinsiyet Kodlarına Uygun Haber	Kadına Yönelik Şiddet Haberleri	Kadın Hakları Tartışmasına Yönelik Haber	Kadın Haberleri
Hürriyet	32	4	2	5	12	8
Cumhuriyet	29	14	-	2	5	7
Yeni Akit	12	3	7	-	2	-
TOPLAM	71	21	9	7	19	15

5 yıllık süreçte 8-9 Mart günlerine ait gazetelerin birinci sayfaları incelendiğinde toplam 71 habere denk gelinmiştir. Bu haberlerin birçoğu Hürriyet ve Cumhuriyet gazetelerinde yer almaktadır. Kadın eylemlerine yönelik haberler 21, kadının hikayelerinin anlatıldığı haberler 15, kadın haklarına yönelik haberler 19, toplumsal cinsiyet kodlarına uygun haber 9, kadına şiddet haberleri ise 7 tanedir. Bu haberler her ne kadar bu şekilde sınıflandırılrsa da haber içeriklerinde farklılık gösterebilmektedir. Örneğin, eyleme yönelik haberlerin bazıları gazetelerin bazılarında olumlu verilirken bazıları olumsuz bir şekilde haberleştirilmiştir.

4. BULGULAR

4.1. Kadın Hareketlerinin Eylemsel Boyutuyla Temsili

Bu tema 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nün bir eylem olduğu vurgusunun yapıp yapılmadığı, günün tarihçesine atıf yapıp yapılmadığı, eylemlerin anılma şeklinin ne olduğu gibi konuları içermektedir. Bu temanın oluşmasında kadın eylemlerinin, medya aracılığıyla duyurulması ve bu konuda toplumun bilgilendirilmesinin önemi ön plana çıkmaktadır. Medyanın bu konuyu ele alış biçimi kamuoyunun medya aracılığıyla belirlenmesinde etki göstermektedir. Bu bağlamda gazeteler incelendiğinde 21 tane habere denk gelinmektedir. Bu tema ile ilgili haber başlıkları şunlardır.

Hürriyet Gazetesi

- 8 Mart 2017 7 Kadın İşçi Öldü
- 9 Mart 2017 Kadınlar Günü'ne Bıçakla Saldırdılar
- 9 Mart 2018 Yurtta ve Dünyada 8 Mart
- 9 Mart 2019 8 Mart Tatil Olsun

Cumhuriyet Gazetesi

- 8 Mart 2016 Cumhurbaşkanı Şimdi de Kadın Afişine Taktı
- 9 Mart 2016 Özgürlük ve Barış Çılgılığı
- 9 Mart 2016 Sokakları Yasaklatıp Saray'da Kutladı
- 8 Mart 2017 Kadınlar Vazgeçmez
- 8 Mart 2017 İzmir'de Hayır Açtı
- 8 Mart 2017 7 Kadın 8 Mart Kutlamasına Giderken Öldü
- 9 Mart 2017 Alanlarda Kadın Sesi
- 9 Mart 2017 Tekbirli Saldırı
- 9 Mart 2017 Kadınlar Gününde Topraktalar
- 8 Mart 2018 Umut Kadınlarda
- 9 Mart 2018 İnadına isyan, İnadına Sokak

- 8 Mart 2019 Özgür Kadına Karşı Reaksiyon
9 Mart 2019 Kadın Korkusu
9 Mart 2020 Yılmayacağız

Yeni Akit Gazetesi

- 8 Mart 2016 Ağlatan Mektup
8 Mart 2019 Kadınlar Günü Aldatmacası
8 Mart 2020 8 Mart Hokkabazlığı

Hürriyet gazetesinin kadın eylemlerine yönelik haberleri çok fazla ana sayfasına taşımadığı gözlemlenmektedir. Genellikle 8 Mart için yapılan ya da o gün kadınlar gününden bahseden siyasilerin haberi üzerinden 8 Mart'ı haberleştirmektedir. Eyleme giden kadınların geçirdiği trafik kazasının haberleştiği *7 Kadın İşçi Öldü* (8 Mart 2017) başlığının dışında sadece 3 habere denk gelmektedir. *Kadınlar Günü'ne Bıçakla Saldırdılar* (9 Mart 2017), *Yurtta ve Dünyada 8 Mart* (9 Mart 2018), *8 Mart Tatil Olsun* (9 Mart 2019). Bu haberlerin sadece 1 tanesinde kadınların söylemleri başlığa taşınmıştır. O başlıkta da 8 Mart tatil olsun söylemi ön plana çıkarılmıştır. *"Türkiye'nin birçok ilinde renkli eylem ve tatil çağrısı vardı"* ifadesine yer veren haberde kadınların *"yaşamın kendisiyiz, vardık, varız var olacağız"* söylemi dile getirmiştir. *"Dünya Kadınlar Günü, Türkiye ve dünyada yürüyüş ve eylemlerle kutlandı İstanbul'da İstiklal Caddesi'ni dolduran kadınlar çocuk istismarına, tacize, erkek şiddetine isyan etti"* ifadelerine yer verilen 9 Mart 2018 tarihli haber ise kalabalık bir eylem grubunu fotoğraflasa da haber metninde kadınların isyan ettiği/ karşı çıktığı şeylerin çok azına yer vermiştir. Eşitlik ve özgürlük vurgusu yapılmamıştır. *Kadınlar Günü'ne Bıçakla Saldırdılar* (9 Mart 2017) başlıklı haberde ise Kadınlar Günü bağlamından koparak bir şiddet haberi ile dile getirilmiştir. Eylem yapan kadınlara yönelik saldırıyı ön plana çıkaran gazete saldırganlar ve polis arasındaki etkileşimi konu etmiştir. Özetle Hürriyet gazetesi kadın eylemlerine yönelik 8 Mart haberlerine hem birinci sayfasında çok az yermiş hem de bu eylemlerin söylemlerini çocuk istismarı, şiddet gibi konulara indirgeyerek toplumsal cinsiyet sorunlarının birçoğunu ön plana çıkarmamıştır.

Cumhuriyet Gazetesi 8 Mart'ın eylemsel yönünü en çok dile getiren gazete olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu haberlerden bazıları gazetenin duruşuna yönelik olarak siyasi eleştiriler içermektedir. Bu haberlerde 8 Mart'ın araçsallaşarak bir eleştiri öznesi haline getirilmiştir. Örneğin; 8 Mart 2016 *"Cumhurbaşkanı Şimdi de Kadın Afişine Taktı"*, 9 Mart 2016 *"Sokakları Yasaklatıp Saray'da Kutladı"*, 8 Mart 2017 *"İzmir'de Hayır Açtı"* gibi haberler her ne kadar Kadınlar Günü için yapılmış haberler gibi görünse de siyasi eleştiriler içermesi bakımından politik haber içeriğine girmektedir. Bu haberlerin dışında kalan haberlerde ise kadın eylem ve söylemlerine sıklıkla yer verilmiştir. Örneğin 9 Mart 2016 *"Özgürlük ve Barış Çılgılığı"* başlığını taşıyan haberde kadınların hem şiddete dayalı hem de kamusal hayata ilişkin sorunlarına yönelik açıklamalarına yer veren gazete birinci sayfasına kadınların *"Doğurmaya zorlayanlara inat, istersek doğurur, istemezsek doğurmazız"* ifadelerini taşımıştır. Gazetenin Kadınlar Gününe dair haberlerini bazen manşete de taşıdığı gözlemlenmektedir. 8 Mart 2017 *"Kadınlar Vazgeçmez"* adlı manşete *"Türkiye'de kadınlar erkek egemen sistemin olumsuzluklarına karşın hayatlarına sahip çıkmak için mücadeleyi sürdürüyor"* üst başlığını kullanan gazete 4 farklı kadının mücadelesini dile getirmiştir. Tecavüz mağduru ve hakkını mahkemede arayan bir kadın, çevre aktivisti eski bir siyasetçi, Türkiye'de sigortasız tezgâhtarlık yapan Suriyeli bir göçmen ve avukat olmak için mücadele eden bu sırada da konfeksiyon atölyesinde çalışan kadının ifadelerine/hikayelerine yer vermiştir. Gazetenin yine haber başlıklarında *"yılmayacağız"*, *"inadına isyan"*, *"güçlü kadın"*, *"özgür kadın"* ifadelerini kullanmıştır. 9 Mart 2019 *"Kadın Korkusu"* başlıklı manşette ise İstiklal Caddesi'nde yapılmak istenen yürüyüşün engellenmesi ve güzellik ürünleri satan bir mağazada işten atılan kadınların 297 günlük mücadelesi sonucu sendikal haklarına dayalı tazminatlarını alması ön plana çıkarılmış ve *"yiğit kadınlar"* ara başlığı kullanılmıştır. Tüm bu haberler ışığında gazetenin her ne

kadar siyasal eleştiriye dayalı haberleri de olsa kadın eylemlerine önemli ölçüde yer verdiği, kadın sorunlarını sadece şiddet açısından ele almadığı, kadınların kamusal hayattaki varlığı, ekonomik gücü ve çalışma hayatı gibi konuların tartışıldığı haberler ürettiği gözlemlenmektedir.

İncelenen üç gazete içerisinde Kadınlar Günü'ne olumsuz bir bakış açısıyla yaklaşan tek gazete Yeni Akit'tir. Bahsi geçen tarihlerde 3 tane eyleme yönelik habere denk gelinmektedir. "Ağlatan Mektup" (8 Mart 2016) adlı haberde Hak-İş'in düzenlediği Kadın Emeği Buluşması programında bir kadın tarafından Cumhurbaşkanına yazılmış bir mektubun okunması haberi. Burada sürmanşete taşınan olay kadınların eylemi ya da Kadınlar Günü değil politik bir söylemin habere taşınmasıdır. "Kadınlar Günü Aldatmacası" (8 Mart 2019), "8 Mart Hokkabazlığı" (8 Mart 2020) başlıklarını taşıyan haberlerde ise Kadınlar Günü'nü olumsuz olarak nitelendiren söylemlere yer verilmiştir. "Hokkabazlık", "aldatmaca", "Batı şakşakçısı", "emperyalist Batı dünyası", "sözde 8 Mart", "sapkın oluşumlarla el ele veren feminist oluşumlar" gibi ifadelerle feminizm ve Kadınlar Günü'ne yönelik olumsuz tavır sergileyen gazete Müslüman kadınları "asıl kadın" olarak nitelendirmektedir. Bu haberlerin içeriği ise savaştan kaçan mülteci kadınların feminist gruplar tarafından görülmediğidir. Gazete bu bakış açısıyla diğer iki gazeteden oldukça farklılaşmakta, 8 Mart Kadınlar Günü'ne karşı okuyucusunu olumsuz bir şekilde yönlendirmektedir.

4.2. Toplumsal Cinsiyet Kodlarına Vurgu Yapan Haberler

Bu tema başlığının oluşmasındaki en temel faktör, kadınların aile, fedakârlık, ideal eş/anne gibi ataerkil toplumun yarattığı kodlara uygun olarak haberleştirilmesidir. Aynı zamanda kadınların naif, şefkat dolu, duygusal kişilikler olarak kodlandırılması da bu temanın şekillenme etkili olmuştur. Bu tema altında daha çok Yeni Akit gazetesinin haberlerine denk gelinirken Cumhuriyet gazetesinin bu yönde haber yapmadığı gözlemlenmiştir. Bu tema ile ilgili haber başlıkları şunlardır.

Hürriyet Gazetesi

- 9 Mart 2016 İki Başbakandan Kadın Gazetecilere Gül
- 9 Mart 2016 Aile Planlaması Kökümüzü Kurutmak için

Cumhuriyet Gazetesi

Haber çıkmamıştır.

Yeni Akit

- 9 Mart 2016 Aileyi Yıkarak Kadını Özgürleştiremezsiniz
- 8 Mart 2018 Kadın Meta Değil Eştir, Anadır
- 9 Mart 2018 Aileyi Koruyacak En Güçlü Kalkan Annelerdir
- 9 Mart 2019 Kadını Yücelten Anneliktir
- 8 Mart 2020 Kadınların Anne Olmasını Engelliyorlar
- 9 Mart 2020 Feminist Dayatma Aileyi Parçalıyor
- 9 Mart 2020 Feminizm Güçlendikçe Kadınlar Çıldırıyor

Hürriyet gazetesi bu tema başlığı altında 2 haber üretmiştir. Bunlardan biri Yunanistan ve Türkiye Başbakanlarının 8 Mart Kadınlar Günü nedeniyle kadın gazetecilere gül dağıtımını haberleştirdiği "İki Başbakandan Kadın Gazetecilere Gül" (9 Mart 2016) başlıklı haberle Cumhurbaşkanının bir söyleminin yer aldığı "Aile Planlaması Kökümüzü Kurutmak için" (9 Mart 2016) başlıklı haberlerdir. Bu haberler yorumsuz bir şekilde verilse de başlığa taşınan ifadeler gelenekselleşmiş toplumsal cinsiyet kodlarının eleştirilmediği metinlerdir.

Bu temayı asıl şekillendiren haberler Yeni Akit gazetesinde yer almaktadır. Feminizmin aile yapısını ve kadınları kötü yönde etkilediği, kadınların ana olarak tanımlandığı, ataerkil sistemin devamlılığının toplumun devamlılığı için gerekli olduğuna vurgu yapan haberler gazetede ana sayfaya taşınmıştır. "Kadın Meta Değil Eştir, Anadır" (8 Mart 2018) sürmanşeti ile verdiği haberde

"Dinimiz İslam kadın en müstesna makama yerleştirerek, onu annelikle şerefletirmişken günümüzde kadına ucuz işgücü olarak bakılması, asli görevlerinden uzaklaşmasına sebep oluyor", "Ülkemizde Mor Çatı gibi sözde kadın örgütleri" gibi ifadelerle kadının asli görevinin annelik ve eşlik olduğu vurgusu yapılmaktadır. Aynı zamanda kadın örgütlerinin de kadınların sorunları ile gerçekten ilgilenmediğini dile getirmiştir. "Kadını Yücelten Anneliktir" (9 Mart 2019) manşetiyle verdiği haberde ise "Kadını aileden kopararak metalaştırmaya çalışan zihniyet '8 Mart Dünya Kadınlar Günü' zırvasına sarılırken", "işçilik anneliği vuruyor", "İşte 8 Mart'çı Sapkın Kafa" gibi ifadelerle yer vermiştir. Özellikle 8 Mart'ın ertesi günü çıkan bu haber Kadınlar Günü'nü olumsuz olarak nitelendirdiği gibi kadının çalışmasını da annelik vasfının kaybıyla açıklamıştır. Kadınların kamusal hayatta ve çalışma hayatında var olmasına olumsuz bir bakış açısıyla yaklaşan gazete "Feminist Dayatma Aileyi Parçalıyor" (9 Mart 2020) manşette ve "Feminizm güçlendikçe kadınlar çıldırıyor" (9 Mart 2020) başlıklı haberde " 'Güçlü kadın'. 'özgür kadın' gibi söylemlerle fitratı dışına taşırılan kadınlar", "Feminist akımın güçlenmesi ile birlikte bebeğini çöpe atan kadından tartıştığı erkeği katleden kadına kadar birçok olayda "fail" kadın olarak öne çıkıyor", "Aile yapısına adeta savaş açan feminist dayatma" ifadeleri ile feminizm ve onun getirilerine karşı negatif bir tutum sergilemektedir. Gazete genel anlamda 8 Mart Kadınlar Günü'ne özel haberler üretse de bu haberlerin içeriği kadın hakları, kadın hareketleri ve toplumsal cinsiyet eşitliği gibi konuların olumsuz yansımaları ile şekillenmektedir. Kadının en değerli özelliğinin anne olduğu vurgusu, kadının çalışma hayatına girmesinin anneliğine engel olduğu, ailenin korunması için kadınların çalışmaması gerektiğine yönelik ifadelerle yer aldığı haber içerikleri çoğu zaman siyasilerin ya da farklı kurum ve kişilerin sözleri ile haberleştirilmiştir.

4.3. Kadına Yönelik Şiddet Haberleri

Bu temanın şekillenmesindeki en önemli faktör Türkiye'de kadın sorunları denildiğinde akla gelen ilk problemin kadına yönelik şiddet ve taciz olmasıdır. Bu bağlamda gazetelerin kadına şiddet içeren haberleri nasıl ele aldığı, bunları sorunsallaştırırken hangi ifadeleri kullandığı, şiddet ve ataerkil sistem arasındaki bağın haberleştirilmesi vb. konular üzerinden değerlendirilme yapılmıştır. Bu tema ile ilgili haber başlıkları şunlardır.

Hürriyet

- 8 Mart 2016 Şiddet 8 Mart Dinlemedi
- 8 Mart 2017 Korkunç Bilanço
- 8 Mart 2017 28 Günde 30 Kadın Öldürüldü
- 8 Mart 2018 Kadına ve Çocuğa Şiddet İnsanlık Suçu
- 8 Mart 2020 Kadınlar Nasıl Kurtulur

Cumhuriyet

- 8 Mart 2016 Kadına Cehennem
- 8 Mart 2016 Dünyanın Yarıısı Kadınların Ama...

Yeni Akit

Haber çıkmamıştır.

Kadına yönelik şiddet haberlerinde Hürriyet gazetesinin birinci sayfasında şiddeti anlatan 1 haberlerine kadına yönelik şiddetin toplumsal bir sorun olarak nitelendirildiği ise 4 haberlere denk gelmektedir. "Şiddet 8 Mart Dinlemedi" (8 Mart 2016) başlıklı haberde iki farklı kadın cinayetinden bahseden gazete "50 yerinden bıçaklayarak", "silahıyla katletti" gibi ifadeler kullanmıştır. Bu haberin içeriğinde yer alan ve şiddeti detaylandıran/ anlatan haber yazım türünün de değiştirilmesi gerekmektedir. Genellikle polis/adliye haberleri içerisinde gördüğümüz bu anlatı ve yazım türünün, kadına yönelik şiddeti münferitmiş gibi göstermesinin yanında şiddeti normalleştiren/sıradanlaştıran/öyküleştiren yapısıyla "kadın cinayetleri"nin toplumsal bir sorun olarak sunulmasını da engelleyebilmektedir. Hürriyet gazetesinde bu tema başlığı altında

yer alan diğer 4 haberinde ise daha çok toplumsal bir sorun olan kadına yönelik şiddete dikkat çekmiştir. “Korkunç Bilanço” (8 Mart 2017), “28 Günde 30 Kadın Öldürüldü” (8 Mart 2017), “Kadınlar Nasıl Kurtulur” (8 Mart 2020) başlıklı haberlerde Türkiye ve kadına şiddet sorunu ile ilgili istatistiki bilgi verilmiştir. “Kadına ve Çocuğa Şiddet İnsanlık Suçu” (8 Mart 2018) başlıklı haberde ise Cumhurbaşkanı'nın şiddeti eleştiren sözlerine dikkat çekmiştir. Genel anlamda Hürriyet gazetesi birinci sayfasında kadına şiddet haberlerini sorunsallaştırarak haberleştirmiştir.

Cumhuriyet gazetesinde ise 2 habere denk gelinmektedir. Bu haberlerin ikisi de 2016 yılında çıkmıştır. “Kadına Cehennem” (8 Mart 2016), “Dünyanın Yarıları Kadınların Ama...” (8 Mart 2016) adlı haberlerde “Türkiye kadınlar için giderek daha da yaşanmaz hale geldi”. “Yıl 2030, dünya 50-50. Daha 14 yıl var ama Türkiye’de kadına şiddet, tecavüz ve cinayetler gündemden düşmüyor” gibi ifadelerle yer vererek kadına şiddet sorununa dikkat çekmiştir.

Bu tema altında gazetelerin kadına yönelik şiddeti bir sorun olarak gördüğü gözlemlenmektedir. Bu açıdan gazetelerin bu sorunu gündeme getirmesi değerlidir. Ancak yapılan haberlerde şiddetin temelinde yer alan nedenlerin haberlerde ön plana çıkmaması dikkat çekicidir.

4.4. Kadın Hakları Tartışmasına Yönelik Haber

Kadınların yüzyıllardır mücadelesini verdiği hakların hala tartışılıyor olması bu temada yer alan haberlerin içeriğini de şekillendirmektedir. Özellikle özgürlük ve sosyal haklara ilişkin sorunlarla kadınların kamusal alandaki yeri ile ilgili tartışmalar 8 Mart Dünya Kadınlar Günü ile doğrudan bağlantılı konulardır. Bu sebeple gazetelerin bu tarihlerde bu konu hakkında daha fazla haber üretmesi beklenir bir durumdur. Bu tema ile ilgili haber başlıkları şunlardır.

Hürriyet

- 8 Mart 2016 Türkiye’de Her 7 Kızdan 1’i Çocuk Gelin
- 8 Mart 2016 Kadın Haklarında Türkiye Modeli
- 9 Mart 2016 Bu Ülkeye Barışı Kadınlar Getirir
- 9 Mart 2016 Kadın Çalışkan Ama Kazancı Az
- 8 Mart 2017 Yüksek Yargıda Tek Başkan
- 8 Mart 2018 Bitsin Bu İkiyüzlülük
- 9 Mart 2018 Haberin Dilinde Yeni Dönem
- 9 Mart 2018 İslam’ı Asırlar Öncesinin Hükümleriyle Uygulayamazsınız
- 9 Mart 2018 Evliliğe Değil Hayata Hazırlayın
- 9 Mart 2018 Kadın Kotası Koymayan Korkaktır
- 9 Mart 2018 Kızlar Üniversite Okumalı
- 8 Mart 2020 Eşitliği Söke Söke Aldım

Cumhuriyet

- 8 Mart 2017 Emekçi Kadınların Görünmeyen Emegi
- 9 Mart 2017 “Adaleti Savunan Kadınlardır”
- 9 Mart 2018 Erdoğan: İslam Güncellenmeli
- 8 Mart 2019 Şiddette Korkunç Artış: Yüzde 1400
- 9 Mart 2020 Bu Fark Niye

Yeni Akit

- 8 Mart 2018 Kadın Haklarının Gerçek Savunucuları Yollarda
- 8 Mart 2018 “Kadın Hakkı” diyenler, Doğu Guta’ya Seyirci

Hürriyet gazetesi bu tema başlığı altında 12 haber üretmiştir. Bu haberlerin yarısından fazlası siyasal söylemlerden oluşmaktadır. “Kadın Haklarında Türkiye Modeli” (8 Mart 2016) , “Bu Ülkeye Barışı Kadınlar Getirir” (9 Mart 2016), “Bitsin Bu İkiyüzlülük” (8 Mart 2018) , “İslam’ı

Asırlar Öncesinin Hükümleriyle Uygulayamazsınız", (9 Mart 2018) *"Evliliğe Değil Hayata Hazırlayın"* (9 Mart 2018), *"Kadın Kotası Koymayan Korkaktır"* (9 Mart 2018), *"Kızlar Üniversite Okumalı"* (9 Mart 2018), *"Eşitliği Söke Söke Aldım"* (8 Mart 2020) başlıklı haberlerde görüldüğü gibi Türkiye'de kadın haklarına yönelik haberler eğitim, çalışma hayatı, erken yaşta evlilik gibi eşitliğe dayalı konular üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu haberlerin içeriğine baktığımızda haklara yönelik de olsa söylemlerin geleneksel cinsiyet rollerine uygun üretildiği gözlemlenmiştir. Örneğin *"Bitsin Bu İkiyüzlülük"* başlıklı manşetin girişinde yer alan *"Anayasa Mahkemesi'nin ilk ve tek kadın başkanı Tülay Tuğcu: "Kadınların, bir yandan analık, bacılık, eşlik gibi sözlerle yüceltilirken öbür taraftan dayak, küfür, tecavüz gibi fillerle ezilmesi ikiyüzlülüktür."* ifadesine yer verilmiştir. Haberde ön plana çıkarılan bu sözler kadınların ataerkil sisteme dair rollerini destekleyen ifadeler içermektedir. Bununla birlikte Hürriyet gazetesinin farklı siyasi veya toplum tarafından tanınmış bürokrat ve ünlülerin sözlerine yer verdiği gözlemlenmiştir. Gazete ayrıca bu söylemlerin dışında kadın haklarına yönelik *"Türkiye'de Her 7 Kızdan 1'i Çocuk Gelin"* (8 Mart 2016) başlıklı haberde *"UNICEF Türkiye Milli Komitesi Genel Müdürü Sanem Bilgin Erkurt."Türkiye cinsiyet eşitsizliği endeksinde 142 ülke arasında 128'inci. 18-19 yaş grubundaki kızlarımızın yüzde 28'i evde hiçbir şey yapmadan oturanlar"* ifadesine yer vererek kadınların genç yaşta evlenmesini ve çalışma hayatına girememesini eleştirmiştir. *"Kadın Çalışkan Ama Kazancı Az"* (9 Mart 2016) başlıklı haberde ise *"Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) raporuna göre kadınlar erkeklerden daha uzun saatler çalışıyor ama yüzde 77'leri kadar kazanabiliyor"* sözleri ile kadın ve erkeğin çalışma hayatında eşit olmadıklarına da vurgu yapmıştır. *"Yüksek Yargıda Tek Başkan"* haberinde *"kadın hakim-savcı sayısı yüzde 31.8 iken yüksek yargıda kadının ad yok. Tek istisna Danıştay Başkanı Zerin Güngör"* ifadesi ile Türkiye'de pek tartışılmayan bir konuya değinerek yargıda kadınların çok az temsil edilmesine eleştirel bir bakış açısı getirmiştir. (8 Mart 2017) *"Haberin Dilinde Yeni Dönem"* (9 Mart 2018) başlıklı haberde ise haberdeki cinsiyetçi ve eril söylemi ayrımcı bir dil olarak nitelendirmiş ve buna karşı bir rehber eşliğinde bu dilin değiştirileceğine vurgu yapmıştır. Bu tema başlığı altında Hürriyet gazetesi söylem haberlerine daha çok yer verse de eril ve cinsiyetçi dili ayrımcı olarak nitelendirmesi ile dikkat çekmektedir. Buna karşın gazetenin bazı dönemlerde farklı kimliklerin söylemlerinde eril dili yeniden ürettiği de gözlemlenmiştir. Genel anlamda gazetenin kadın haklarına yönelik haber üretimi diğer gazetelere oranla oldukça fazladır. Bu bağlamda Kadınlar Günü'nün oluşmasına etki eden olguları dile getiren haberler üretmesi de anlamlıdır.

Cumhuriyet gazetesi bu tema başlığı altında 2'si siyasilerin söylemini içeren 5 haber üretmiştir. *"Adaleti Savunan Kadınlardır"* (9 Mart 2017) başlıklı haberde Kılıçdaroğlu'nun adaleti simgeleyen kadın figürü üzerine söylediği ifadelerle yer vermiştir. *"Erdoğan: İslam Güncellenmeli"* (9 Mart 2018) başlıklı haberde ise Nurettin Yıldız'ın çocukların evlenebileceğine yönelik ifadelerine Erdoğan'ın tepkisini dile getirmiştir. *"Emekçi Kadınların Görünmeyen Emegi"* (8 Mart 2017) başlıklı haberde her 4 kadından 3'ü ücretsiz çalışıyor üst başlığını kullanmıştır. Kadınların çalışma hayatına katılımı ile ilgili verilere yer veren haberde erkek ve kadının ortalama gelirindeki farklılıkları da vurgulamıştır. *"Şiddette Korkunç Artış: Yüzde 1400"* (8 Mart 2019) başlıklı haberde ise (kadına şiddeti başlıkla birlikte ön plana çıkarsa da) haberin içeriğinde Türkiye'nin dünya çapındaki cinsiyet eşitliği raporuna değinmiştir. Türkiye'nin kadınların iş hayatı ve siyasete katılımında, fırsat eşitliğinde ve eğitimde çok geride olduğuna vurgu yapmıştır. *"Bu Fark Niye"* (9 Mart 2020), başlıklı haber de benzer şekilde çocuk yaşta evlilik, şiddet, ücret dağılımı adaletsizliği gibi konuları içermektedir. Cumhuriyet gazetesinin haklara yönelik haberleri Hürriyet gazetesi ile ortak özellikler göstermektedir. Cinsiyet eşitsizliğine dayalı söylemlerin yer aldığı bu haberler Türkiye'de kadının konumunu da dile getirmektedir.

Her iki gazetenin de haberleri incelendiğinde kamusal alan, çalışma hayatı, eğitim vb. konularda kadınların ayrımcılığa uğradığına dair haberlere denk gelmektedir. Gazeteler bu konuya dikkat çekse de sorunun temelinde yer alan olgulara ya da çözüm önerilerine çok fazla yer

vermemiştir. Bu açıdan değerlendirildiğinde gazetelerin kadın haklarına yönelik sorunların farkında olduğu ancak bu konuda sorunların temeline çok fazla inmediği konuyla ilgili uzman görüşlerine birinci sayfasında çok fazla yer vermediği gözlemlenmektedir.

Bu tema başlığı altında farklılaşan bir bakış açısına sahip gazete Yeni Akit'tir. Kadın hakları başlığını kullandığı iki habere denk gelinmiştir. İkisi de aynı tarihli gazetede çıkan bu haberler, kadın haklarını farklı bir şekilde ele almaktadır. *"Kadın Haklarının Gerçek Savunucuları Yollarda"* (8 Mart 2018) başlıklı haberde kadın haklarının gerçek savunucusu olarak Vicdan Konvoyu'na katılan kadınları gösteren gazete Suriye'de işkence gören kadınlara vurgu yapmıştır. Aktivistlerin *"Dünya Kadınlar Günü'nde, bizce en çok konuşulması gereken Suriye zindanlarındaki kadınlar. Umarız başlattığımız bu sessiz çılgılık, dünya kamuoyunda karşılık bulur"* sözlerine yer vermiştir. *"Kadın Hakkı" diyenler, Doğu Guta'ya Seyirci"* (8 Mart 2018) başlıklı haber ise Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın söylemlerini dile getirmektedir. 8 Mart'ı aldatmaca olarak gören gazete, haberinde Erdoğan'ın *"Kadın hakları diye ortalığı inleyenlerin Suriye için. Doğu Guta'daki binlerce kadın için tek bir söz ettiklerini duydunuz mu? Suriye'de çoğunluğu kadın ve çocuklardan oluşan 1 milyon insanın katledilmesi karşısında kollarını kıpırdatmayanların kadın hakları konusundaki sözlerinin ne anlamı olabilir? Bunlar sadece şovmen; asla kadın hakları savunucusu değil"* sözlerine yer vermiştir. Bu haberler gündemde çok fazla yer almayan kadın sorunlarını dile getirmesi açısından önemlidir. Ancak bu haberlerin içeriğinde diğer kadın hareketlerine olumsuz ve ayrımcı bir tutum sergilemesi tartışmaya açık bir konudur.

4.5. Kadın Haberleri

Bu tema başlığı altında ele alınan haberler genellikle kadınların kamusal hayattaki başarılarını ya da sorunlarını dile getiren haberlerdir. Bu tür haberlerin artması ve doğru bir dilde sunulması kadınların medyada temsili açısından oldukça önemlidir. Genel anlamda gazeteler bu tür haberleri yoğun duygularla (mutluk ya da hüznü) sunmakta ve okuyucuyu bu doğrultuda yönlendirmektedir. Gazetelerin bu dili daha gerçekçi boyutlara indirilmesi kadının aciz ya da mucizeleri başaran bir kahraman gibi göstermemesi pozitif de olsa ayrımcılığı engellemek açısından önemlidir.

Hürriyet

- 8 Mart 2016 Arzu'nun Mucizesi
- 8 Mart 2017 Kazanların Kraliçesi Cevriye Usta
- 8 Mart 2017 2016'nın Fark Yaratan Kadınları
- 8 Mart 2018 Fransızca Zümran'dan Sorulur
- 8 Mart 2018 Kadın Vinççi Olmaz Dediler Oldu
- 8 Mart 2018 Türkiye'nin Enerjik Kadınları
- 9 Mart 2018 Aysel Öğretmen Her Şeyimiz
- 8 Mart 2020 Yozgatlı Elif'in Kelebek Etkisi

Cumhuriyet

- 8 Mart 2016 Ölmeden Özgürlüğe
- 8 Mart 2017 Susmasın Kadın Ünzile
- 8 Mart 2018 Kadınlar Her Zaman Güçlüdür
- 8 Mart 2019 Tek Kanatla Uçamazsınız
- 8 Mart 2019 Umut Bu Pazarda
- 8 Mart 2020 Bilim ve İş Dünyasında Çığır Açtılar
- 8 Mart 2020 Sesimizi Duyun

Yeni Akit

Haber çıkmamıştır

Hürriyet gazetesi 2019 ve 2020 yılları hariç her sene kadınların başarılarına yönelik haberler çıkarmış, bunların bazılarını ise manşetten vermiştir. Genellikle toplumsal cinsiyet rol kalıplarının dışına çıkmış kadınları haberleştiren gazete eğitimli, eğitimsiz, ünlü ya da değil farklı kadınların hikâyelerini haberleştirmiştir.

"Arzu'nun Mucizesi" (8 Mart 2016) manşeti ile verdiği haberde gazete babası tarafından okutulmayan genç bir kızın çalışma hayatındaki başarısı ve açıktan liseyi bitirmesinin azmini dile getirmiştir. Kadının "Kadınların da yapabileceğini gösterdim" ifadesini ön plana çıkaran haber, 12 yaşında paketlenme elemanı olarak girdiği fabrikaya nasıl ortak ve genel müdür olduğunun hikâyesini anlatmaktadır. "Kazanların Kraliçesi Cevriye Usta" (8 Mart 2017) haberinde ise daha çok erkeklere atfedilen bir meslek olan kazan ustabaşılığını nadir de olsa yapan bir kadının başarısını anlatmaktadır. "2016'nın Fark Yaratan Kadınları" (8 Mart 2017), "Fransızca Zümran'dan Sorulur" (8 Mart 2018), "Kadın Vinççi Olmaz Dediler Oldu" (8 Mart 2018), "Türkiye'nin Enerjik Kadınları" (8 Mart 2018) gibi haberler de benzer şekilde kadınların farklı hayat hikâyelerine bağlı kırılma noktalarını dile getirmektedir. "Aysel Öğretmen Her Şeyimiz" (9 Mart 2018) başlıklı haber başarılı bir öğretmenin neler yapabileceğine dair vurguları içerirken, "Yozgatlı Elif'in Kelebek Etkisi" (8 Mart 2020) başlıklı manşet haber genç bir kadının imkânsızlıklar içinde bir program kodlayıcısı olmasını ve bunun diğer kız çocuklarına nasıl ilham olduğunu anlatmaktadır.

Cumhuriyet gazetesi hemen her yıl kadınların özne olduğu haberlere birinci sayfasında yer vermiştir. Hürriyet gazetesinden farklı olarak sadece başarı hikâyeleri değil ayrımcılık ve dezavantaj öykülerine de yer veren gazetede 8 haber incelenmiştir. "Ölmeden Özgürlüğe" (8 Mart 2016) adlı haberde Afgan bir mülteci kadının ölmeden Almanya'ya gitme isteğini haberleştirmiştir. "Susmasın Kadın Ünzile" (8 Mart 2017) başlıklı haber ise bir kadının 11 yaşında evlendirilip 12 yaşında anne olmasını ve çocuk yaşta evliliğin zorluklarını dile getirmektedir. Haber içeriğinde kadınla yapılan röportaj yer almaktadır. "Kadınlar Her Zaman Güçlüdür" (8 Mart 2018) başlıklı haber işsiz kalan kadınların yeni iş sahaları yaratmasını anlatırken, "Tek Kanatla Uçamazsınız" (8 Mart 2019) başlıklı haber ise 8 Mart Dünya Kadınlar Günü nedeni ile farklı sivil toplum örgütlerinin cinsiyet eşitliğine dayalı söylemlerini dile getirmektedir. "Umut Bu Pazarda" (8 Mart 2019) başlıklı haber eşinden şiddet görmüş boşanmış, ailesi tarafından reddedilmiş ya da işsiz kalmış kadınların Diyarbakır'da bir pazardaki geçim mücadelesini anlatmaktadır. "Bilim ve İş Dünyasında Çığır Açtılar" (8 Mart 2020) başlıklı haberde bilim dünyasında ses getiren kadınların söylemlerine yer verilmiştir. "İş ve bilim kadınları, 'Çalışamayacağımız bir alan yok. Bu devrin bize tanıdığı olanakları kullanmamak, en zor şartlar altında direnen kadınlara ve bize bu imkânları sağlayanlara en büyük ayıbımız olur' diyerek kadınları ses çıkarmaya çağırıyor" ifadelerini kullanmıştır. "Sesimizi Duyun" (8 Mart 2020) başlıklı haber ise yine mülteci kadınların sorunlarını dile getirmektedir. "Savaşın vurduğu kadınlar, göç yolunda da büyük trajediler yaşıyor. Yunanistan sınırına dayanan sığınmacı kadınlar, kucaklarındaki çocuklarıyla açlık, soğuk ve şiddete karşı mücadele veriyor. Kadınlar, Avrupa'daki hemcinslerine 'kendilerini anlama' çağrısında bulunuyor" sözleri ile aslında kadınların seslerini duyurmaya yönelik haber üretmiştir.

Cumhuriyet gazetesi Hürriyet gazetesinden farklı olarak kadınların hem başarılarına hem de mağduriyetlerine yönelik haberleri ile dikkat çekmektedir. Kadın başarıları haberlerinde, direniş, yılmamak, umut gibi ifadeleri tercih eden gazete kadınların sorunlarının dile getirildiği haberlerde trajedi, şiddete karşı mücadele, susmama gibi sözlere yer vermiştir.

SONUÇ

Kadın haklarına yönelik mücadele yüzyıllardır varlığını devam ettirse de örgütlü bir hak arayışına giriş Fransız Devrimi ile birlikte karşımıza çıkmaktadır. Kadınların İnsan Haklarına dayalı haklarına kavuşması, toplumsal cinsiyet eşitsizliğine karşı verdiği mücadele, sivil, siyasi ve

sosyal hakları için savaş toplumsal hareketler çerçevesinde ele alındığında oldukça önemlidir. Kadın hareketleri yüzyıllar içerisinde farklı dalgalarda kendini gösterse de sönümlenmemiştir. Benzer şekilde Türkiye'de de kadın haklarına yönelik mücadele dünya ile paralel özellikler göstermektedir.

8 Mart Dünya Kadınlar Günü 20. Yüzyılın başlarından itibaren varlığını devam ettirerek evrensel bir niteliğe bürünmüştür. Bu günün simgeleşmesi ile birlikte kadın haklarına yönelik mücadelenin toplum tarafından bilinmesi de yaygınlaşmıştır. Bu sebeple gazetelerin bu güne yönelik ürettiği haberler kamuoyu oluşturması açısından değerliken, kadınların toplumdaki yeri, eşitsizlikler, sorunlar gibi konuların olgusal olarak değerlendirilmesi de toplumsal cinsiyet eşitliği açısından önemlidir.

Bu çalışmadaki temel sorulardan biri 8 Mart'ın medya da nasıl temsil edildiğine yöneliktir. İncelenen gazetelerde Hürriyet ve Cumhuriyet gazetesinin 8 Mart'a yönelik olumlu haberler ürettiği gözlemlense de Yeni Akit gazetesinin kadın hareketlerini aile ve evlilik kurumunu bozduğuna yönelik söylemlere yer verdiği gözlemlenmektedir. Bununla birlikte gazeteler Kadınlar Günü'nü manşete çıkarma konusunda tutarsız davranmaktadır. Daha çok ülke gündeminde önemli bir konu olmadığında 8 Mart manşet haber olarak çıkmaktadır.

Çalışmanın ikinci soru toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ve cinsiyet rollerinin gazeteler aracılığıyla yeniden üretilmesidir. Bu açıdan baktığımızda Cumhuriyet ve Hürriyet gazetesinin bu tür söylemleri çok nadir kullandığı gözlemlense de Yeni Akit gazetesi kadını hala aile ve evlilik kurumu ile birlikte andığı, kadının başlıca rolünün annelik olduğuna vurgu yaptığı gözlemlenmiştir.

Kadına yönelik şiddetin haberleştirilmesinde yaşanan sıkıntılar medya ve şiddet konusunun temelini oluşturmaktadır. Şiddetin normalleştirilmesi, yeniden üretimi ve hikayeleştirilmesi haber yazım dili açısından oldukça sıkıntılı olabilmektedir. Bu bağlamda gazeteler ele alındığında bahsi geçen günlerde çıkan haberlerde çok fazla bu sorunla karşılaşılmamıştır. Kadına yönelik şiddet olgusal ve istatistiksel boyutla dile getirilmiştir.

Kadın haklarının medyada temsiline yönelik yapılan analizde haberlerin birçoğu hala temel insan haklarına yönelik kadın mücadelesini dile getirdiği gözlemlenmiştir. Şiddet, eşit işe eşit ücret, eğitim ve çalışma hakkı, çocuk yaşta evlilik gibi konuların işlendiği bu haberlerde genellikle sorunlar dile getirilmiş ancak kamusal bir tartışma başlatılamamıştır. Gazetelerin geneline bakıldığında Türkiye'de kadın sorunlarını dile getirirse de bu durumu neden sonuç ilişkisi içerisinde değerlendiremediği, çözüm önerilerinin haber içeriklerinde çok fazla tartışılmadığı gözlemlenmektedir. Kadınların kamusal alanda başarılarına yönelik haberler gazetelerde yer alsa da bu tür haberlerin az sayıda üretilmesi ve kadınların özne olarak çok az haberleştirilmesi tartışmaya açık bir konudur.

KAYNAKÇA

- Akal, E. (2003). Kızıl Feministler. Bir sözlü Tarih Çalışması. İstanbul: TÜSTAV Yayınları.
- Arat, N. (2017). Feminizmin ABC'si. İstanbul: Say Yayınları.
- Beauvoir, S. D. (1993). Kadın "İkinci Cins" Bağımsızlığa Doğru. İstanbul: Payel Yayınları.
- Bendason, N. (1990). Başlangıcından Günümüze Kadın Hakları. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bozok, M. (2009). Feminizmin Erkekler Cephesindeki Yankısı: Erkekler Ve Erkeklikler Üzerine Eleştirel İncelemeler. Cogito 58: 269-284.
- Buechler, S. M. (1995). New social movement theories, Sociological Quarterly, 36(3): 441-464.
- Çaha, Ö. (2017). Sivil Kadın: Türkiye'de Kadın ve Sivil Toplum. Ankara: Savaş Yayınları.

- Çakır, S. (2008). *Feminizm: Ataerkil İktidarın Eleştirisi*. Örs, H. B. (Der). 19. Yüzyıldan 20. Yüzyıla Modern Siyasal İdeolojiler. İstanbul: Bilgi Üniversitesi yayınları.
- Çakır, S. (2016). *Osmanlı Kadın Hareketi*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Çayır, K.(1999). *Yeni Sosyal Hareketler*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Dede, A. (2018). *Toplumsal Hareketleri Dönüştüren Bir Olgu Olarak Kimlik Talebi*. Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 2(11): 24-44.
- Desai, M. (2006). *From autonomy to solidarities: Transnational feminist political strategies* Davis, K., Evans, M., & Lorber, J. (Eds.). *Handbook of Gender and Women's Studies*. London: Sage, 457-468.
- Donovan, J. (2014). *Feminist Teori*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Heywood, A. (2014). *Siyaset*. Ankara: Adres Yayınları.
- <https://www.internationalwomensday.com/About>, 22 Mayıs 2020 tarihinde erişildi.
- Jasper, J. M. (2018). *The Emotions of Protest*. Chicago&London: University of Chicago Press.
- Kurtoğlu, A. (2015). 8 Mart Dünya Kadınlar Günü hakkında kısa bir hikaye. *Fe Dergi*, 7(1): 78-85.
- Michel, A. (1993). *Feminizm*, İstanbul: İletişim yayınları.
- Sancar, S. (2011). *Türkiye’de kadın hareketinin politiği: Tarihsel bağlam, politik gündem ve özgünlükler*. Sancar, S. (der). *Birkaç Arpa Boyu... 21. Yüzyıla Girerken Türkiye’de Feminist Çalışmalar*. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları: 61-117.
- Sevim, A. (2005). *Feminizm*, İstanbul: İnsan Yayınları.
- Tanzimat’tan Cumhuriyete Türkiye Ansiklopedisi 4. Cilt (1985). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tekeli, Ş. (1980). 1980’ler Türkiye’sinde Kadınlar. *Kadın Bakış Açısından 1980’ler*
- Türkiye’inde Kadınlar* (Yay. Hz. Tekeli, Ş..). İstanbul: İletişim Yayınları: 15-50.
- Toprak, Z. (2016). "Aydınlık Dergisi [1921-1925], Marksizm ve Feminizm, *Müteferrika*, (50): 3-50.
- Tuchman, G. (2000). *The Symbolic Annihilation of Women by The Mass Media*. *Culture and Politics* (Lane Crothers & Charles Lockhart Edt.). New York: Palgrave Macmillan: 150-174.
- Tunçay, M. (1982). *Eski Sol Üzerine Yeni Bilgiler*. YYY: Belge yayınları.
- Gazeteler
- Cumhuriyet Gazetesi (8 -9 Mart 2016)
- Cumhuriyet Gazetesi (8 -9 Mart 2017)
- Cumhuriyet Gazetesi (8 -9 Mart 2018)
- Cumhuriyet Gazetesi (8 -9 Mart 2019)
- Cumhuriyet Gazetesi (8 -9 Mart 2020)
- Hürriyet Gazetesi (8 -9 Mart 2016)
- Hürriyet Gazetesi (8 -9 Mart 2017)
- Hürriyet Gazetesi (8 -9 Mart 2018)
- Hürriyet Gazetesi (8 -9 Mart 2019)
- Hürriyet Gazetesi (8 -9 Mart 2020)
- Yeni Akit Gazetesi (8 -9 Mart 2016)
- Yeni Akit (8 -9 Mart 2017)
- Yeni Akit (8 -9 Mart 2018)

Kadın Hareketleri ve Medya: 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nün Ulusal Gazetelerde Temsili Üzerine Bir Analiz

Yeni Akit (8 -9 Mart 2019)

Yeni Akit (8 -9 Mart 2020)



Öğretmenlerin Öz Yeterliklerinin Politik Becerilerine Etkisi

Effects of Teachers' Self-Efficacy on Political Skills

Veysel SÜMER¹, Ayşe İpek KOCA BALLI²

¹Milli Eğitim Bakanlığı, Türkiye
²Çukurova Üniversitesi, Kozan
İşletme Fakültesi, Adana, Türkiye

ORCID:

V.S.: 0000-0003-0371-1660

A.İ.B.: 0000-0001-7808-5807

Corresponding Author:

Veysel SÜMER

Email:

veyselsumer7@gmail.com

Citation: Sümeri, V. ve Koca-Ballı, A. İ. (2020). Öğretmenlerin öz yeterliklerinin politik becerilerine etkisi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 710-725.

Submitted: 25.05.2020

Accepted: 01.09.2020

Özet

Bu çalışmanın amacı, öğretmenlerin öz yeterlik düzeylerinin politik becerilerine etkisini incelemektir. Öz yeterlik kişinin bir durum karşısında ne kadar yetenekli olduğu değil, kendi yeteneklerine ilişkin inancıdır. Politik beceri ise örgütlerde bireylerin başarıya ulaşmaları için gereken güce ulaşmaları ve geliştirebilmeleri için gösterdikleri davranış biçimleridir. Bu çalışmada veriler, Mardin ilinin merkez ilçesi Artuklu'da milli eğitime bağlı liselerde görev yapan 402 öğretmene uygulanan anket ile toplanmıştır. Anket 10 maddelik Genel Öz Yeterlik Ölçeği ve 18 maddelik Politik Beceri Ölçeği olmak üzere iki ölçekten oluşmaktadır. Sonuç olarak öğretmenlerin öz yeterlik düzeylerinin politik becerilerini pozitif yönde etkilediği saptanmıştır. Yapılan çoklu doğrusal regresyon analizleri sonucunda; öz yeterliğin bağımlı değişken olan politik beceriyi açıklama oranı $R^2= 0,275$ olarak bulunmuştur. Bu sonuç politik beceri değişkeninin % 27,5'inin öz yeterlik ile açıklanabileceğini göstermektedir. Ayrıca öz yeterliğin alt boyutlarından çaba ve direnç ile yeterlilik ve kendine güvenin politik beceri üzerinde etkisi olduğu söylenebilmektedir. Politik becerideki değişimin %44,1'inin çaba ve direnç ve %11,9'unun yeterlik ve kendine güven ile açıklanabileceğini göstermektedir.

Anahtar Sözcükler: Öz Yeterlilik, Politik Beceri, Öğretmen

Abstract

This study aims to investigate the effect of teachers' self-efficacy levels on their political skills. Self-efficacy is not how talented a person is in a situation, but this person's belief in his/her abilities. Political skill is the behavior of individuals in organizations used to reach and develop the power required for success. In this study, the data were collected by a questionnaire applied to 402 teachers working in high schools affiliated to the Provincial Directorate of National Education in Artuklu, the central district of Mardin province. The questionnaire consists of two scales: a 10-item General Self-Efficacy Scale and an 18-item Political Skill Scale. As a result, it was found that self-efficacy levels of teachers affect their political skills positively. As a result of multiple linear regression analysis, the rate of self-efficacy explaining the political skill, which is the dependent variable, was found to be $R^2 = 0.275$. This result shows that 27.5% of the political skill variable can be explained by self-efficacy. In addition, it can be said that the sub-dimensions of self-efficacy, which are effort, resistance, competence and self-confidence, affect political skill. It shows that 44.1% of the change in political skill can be explained with effort and resistance and 11.9% with competence and self-confidence.

Keywords: Self-Efficacy, Political Skill, Teacher

1. GİRİŞ

İnsanlar iş yaşamları boyunca farklı hedeflere ulaşabilmek için kendilerini bir güç savaşı içinde bulmaktadırlar. Bu güç savaşı için de politik bir ortamın oluşması ve politik davranışların ortaya çıkması ise kaçınılmazdır. Bu noktada iş yaşamındaki bütün bireylerin sahip olması gereken becerilerden biri olan politik beceri; farklı durumlarda bireylerin kişisel ve örgütsel hedefleri için sosyal davranışlarını ve becerilerini iyi bir şekilde kullanma kapasitelerini ifade etmektedir (Eryılmaz, Dirik ve Gülova., 2017). Öğretmenlerin de diğer meslek gruplarında olduğu gibi iş hayatlarında karşılaştıkları problemleri aşmalarında ya da belli bir hedefe ulaşmalarında politik becerileri etkin bir şekilde kullanmaları gerekmektedir. Politik becerinin, eğitim öğretim ortamında istenen pek çok davranış ile pozitif yönde ilişkilirken, istenmeyen pek çok davranış ile negatif yönde ilişkili olduğu düşünüldüğü zaman politik beceri üzerinde etkili olabilecek değişkenlerin incelenmesi eğitim öğretim açısından önem arz etmektedir. Bu anlamda bireylerin kendilerine olan inançları ve yeterlilikleri, politik beceri düzeyini etkileyen etkenlerden olarak önem kazanmaktadırlar. Çünkü kişi kendine inandığı zaman birçok problemi aşip hedeflerine ulaşabilmektedir. Kişinin bir şeyleri yapabileceğine ilişkin kendine inancı öz yeterlik kavramıyla açıklanmaktadır. Öz yeterlik, Albert Bandura'nın Sosyal Öğrenme Kuramına dayanmaktadır (Özçelik ve Kurt, 2007). Bandura (1977) öz yeterliği kişinin bir durum karşısında ne kadar yetenekli olduğu değil, kendi yeteneklerine ilişkin inancı olarak ifade etmektedir. Bireylerin kapasitelerini abarttıkları ya da azımsadıkları, yanlış değerlendirdikleri çok fazla görülen bir durumdur. Bireylerin sahip oldukları kapasiteleri gerçekten az algulamaları bireylerin sahip oldukları yetenekleri tam olarak kullanmasını engellerken, sahip oldukları kapasiteleri olduğundan fazla algulamaları performansları üzerinde olumlu sonuçlara yol açabilmektedir (Köse, 2007, s.3). Öğretmenlerinde meslek hayatlarında karşılaştıkları problemleri aşabilme yetenekleri geliştirmeleri, meslekleri ile ilgili bilgi, beceri ve yetenekleri kullanmaları gibi durumlar göz önüne alındığında öz yeterlilik önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Öğretmenlerin sahip oldukları bilgi, beceri ve yetenekleri ortaya koyabilmeleri, bunları öğrencileri ile paylaşabilmeleri ve eğitim süreçlerinde doğru bir şekilde kullanabilmeleri için yüksek bir öz yeterlilik algısına sahip olması gerekmektedir. Öğretmenler hedeflerine ulaşacaklarına inandıkları zaman, hedeflerine giden yolda karşılaştıkları engelleri daha kolay aşacak, kendilerine güven duyarak çevreleri ile daha iyi bir iletişim sağlayacak ve örgütün amaçlarına ulaşmasına daha fazla bir katkı sağlayacaklardır. Bundan dolayı bu araştırmada öz yeterlik inancına sahip olan yani kendine inanan bireylerin, politik becerilerinin de yüksek olacağı ve hedeflerine daha kolay ulaşabileceği düşünülmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Öz Yeterlik

Yeterlik, bir işi yapma gücünü sağlayan özel bilgi, ehliyet, yeterli olma durumu, kifayet, görevini yerine getirme gücü olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Dembo'ya (2004) göre öz yeterlik bireyin verilen görevi yapmak için o alandaki yeteneklerine olan inancına ilişkin kanısı olarak ifade edilmektedir. Öz yeterlik, kişilerin belli bir problemi aşmak için ya da bir işi başarılı bir şekilde yapmak için becerilerine yönelik değerlendirmeleridir (Özdemir, 2008, s.279). Bars'a (2016) göre öz yeterlik, kişinin belli bir etkinliği ortaya koymak için kendine olan inancıdır. Öz yeterlik, bireyin becerilerinin bir fonksiyonu değildir. Bireyin becerisini kullanarak yapabildiklerine ilişkin yargılarının bir sonucudur. Öz yeterlik, bireyin farklı durumlarla baş etme belli bir etkinliği başarma yeteneğine, kapasitesine ilişkin kendini algılayışıdır, inancıdır, kendi yargısıdır (Senemoğlu, 2013).

Bandura (1989), bir beceriye sahip olmak ile beceriyi farklı koşullar altında etkili bir şekilde kullanabilmenin birbirlerinden farklı olduğunu ifade etmektedir. Belli bir konu ya da iş ile ilgili

bireyler yeterli bilgi ve beceriye sahip olsalar bile bu potansiyellerinin farkında olmayabilirler. Potansiyellerinin farkında olmayan bireyler belli bir göreve ilişkin harekete geçmekte çekingen davranabilirler. Bundan dolayı bireyin belli bir görev karşısında eyleme geçebilmesi için gereken bilgi ve becerinin kendisinde bulunduğu inanması gerekir. Bireyin belli bir görevle ilgili kendine inancı yoksa yani öz yeterlik inancı düşükse, kendisinde var olan potansiyelini kullanamayabilir (Bandura, 1989).

Bireyler bir işi yapabilmek için olması gereken beceri ve denetimin kendilerinde olduğuna inandıkları zaman bu işi yerine getirmek için daha fazla istekli olmaktadır (Schunk, 1991). Yüksek öz yeterlik inancına sahip bireyler iş hayatı ile birlikte katılım sağladıkları örgütlerde taleplere daha iyi şekilde yanıtlar vererek, yaptıkları işlerden daha fazla doyum sağlarlar ve işlerinin mesleki, teknik ve kişilerarası ilişkiler yönlerinde uzmanlaşmak için çaba harcarlar (Hackett, 1995).

Bandura'ya (1994) göre yüksek öz yeterlik algısına sahip kişiler; bilinçlerinde yapacakları işlerle ilgili olumlu hayaller canlandırıp işlerin yolunda gideceğini düşünen (bilişsel süreç), yaptıkları işlerle ilgili olumlu sonuçlara ulaşacağı yönünde tahminler yürüten (motivasyonel süreç), kendilerini rahatsız eden olumsuz duygulara başarılı bir şekilde baş edip bunları düşünceleriyle uzaklaştırabilen (duygusal süreç), hayatında verdiği kararlarda doğru seçimler yapabilen (seçim süreci) bireylerdir.

Öğretmenlerin öz yeterlik inançları, öğretmenlerin sorumluluklarını iyi bir şekilde yerine getirebilmek için yapılması gereken davranışları sergileyebilecekleri ve öğrencilerin performanslarını etkileme becerilerine yönelik algıları olarak ifade edilmektedir (Aston, 1984). Öğretmen öz yeterlik inancı bir öğretmenin "sorumluluklarımı yapmak için yapılması gereken düşünceleri ve davranışları planlayıp uygulayabilir miyim?" sorusuna verdiği yanıtıdır (Goddard, Hoy ve Woolfolk-Hoy, 2004). Öğretmenlerin öz yeterlik algıları, meslekleri için sergiledikleri çabayı, öğretime karşı olan istekleri ve belirledikleri amaçları etkilemektedir (Tschannen- Moran, Woolfolk-Hoy ve Hoy, 1998). Öz yeterlik inancı eğitimle ilgili konularda, öğretmen ve öğrencilerin stresli durumlarla mücadelesi için, öğretmen aktivitelerindeki bireysel farklılıkları ifade etmek için ve öğretmenlerin mesleki görevleri ve sorumlulukları hakkında eylemlerini tahmin etmek için kullanılmaktadır (Yılmaz vd., 2004). Bu anlamda öğretmenlerle ilgili sık olarak araştırılan öz yeterlik inancının; kişinin bireysel ve örgütsel hedeflerine ulaşabilmesi için çabalarıyla açıklanan politik beceriyle ilişkili olduğu düşünülmektedir. Kişinin hedeflerine ulaşabilmesi için öncelikle buna inanması gerekmektedir. Öğretmenlerin kendilerine inandığı zaman yani öz yeterlikleri yüksek olduğu zaman hedeflerine daha kolay ulaşabileceği düşünülmektedir.

2.2. Politik Beceri

Literatürde politik beceri kavramını ilk kullanan kişi Pfeffer'dir. Pfeffer politik beceriyi, örgütlerde bireylerin başarıya ulaşmaları için gereken güce ulaşmaları ve geliştirebilmeleri için gösterdikleri davranış biçimleri olarak ifade etmiştir (Treadway, Breland, Cho, Yang ve Duke, 2009, s.1). Ahearn, Ferris, Hochwarter, Douglas ve Ammeter (2004) ise politik beceriyi, çalışma ortamında diğer çalışanları iyi bir şekilde anlama becerisi ve bu beceriyi diğer kişileri etkileyerek kişisel hedeflerini ve örgütsel hedeflerini arttıracak biçimde davranmalarına yardımcı olmak için kullanma olarak ifade etmişlerdir. Perrew ve Nelson (2004, s.374) politik becerinin kalıtsal olarak geldiğini, fakat çevreden etkilenen bir beceri olduğunu ifade ederken; yüksek politik beceriye sahip kişiler hem kendilerini hem de başkalarını iyi gözlemleyip yorumlayabilen kişilerdir (Cingöz, 2013, s.155).

Örgütlerde başarıya ulaşmayı amaçlayan etkileşimlerle ilgili olması nedeniyle diğer sosyal etkinlik yapılarından farklı olan (Liu, Perrewé, Hochwarter ve Kacmar, 2004) politik becerinin

önemli bir yönü esnek ve uyarlanabilir olması ve karmaşık örgütlenme ortamlarında ihtiyaç duyulan anlayışı sağlamasıdır (Perrewé ve Nelsonn, 2004). Yüksek politik beceriye sahip bireyin karşısındaki kişileri anlama ve onlarla iletişim kurma becerisi yüksek olduğu için bireylerin kendisini değerlendirirken olumlu bir şekilde değerlendirmelerini sağlayacaktır. Böylece iş yaşamında karşılaştığı stresli durumlara sakin ve öz güvenle yaklaşacaktır. Bununla birlikte diğer kişileri etkilemek için hangi yolların etkili olduğunu iyi bildiklerinden stratejileri doğru zamanda ve doğru yerde kullanmaktadırlar (Ferris, Treadway, Perrewé, Brouer, Douglas ve Lux, 2007). Aynı zamanda yüksek politik beceriye sahip kişiler örgütteki sosyal olayları doğru bir şekilde yorumlayabilmekle birlikte bu olayları kendi lehlerine çevirerek hareket etmektedirler (Blass ve Ferris, 2007:9).

Ferris, Treadway, Perrewé, Brouer, Douglas ve Lux'a (2007) göre politik becerinin dört temel boyutu bulunmaktadır. Bunlar sosyal zekâ, kişilerarası etki, ilişki ağı kurma becerisi ve samimi görünmedir. *Sosyal zekâ*, insanları anlama ve onlarla iletişim kurma becerisidir. Sosyal zekâsı yüksek olan bireyler, sosyal ortamlara hızlı bir şekilde uyum sağlamakta ve sezgileri kuvvetli olduğu için başkalarının davranışlarıyla anlatmak istediklerini kolay bir şekilde anlamaktadırlar. *Kişilerarası etki* gücü yüksek olan kişiler alçakgönüllüdürler ve çevrelerindeki insanlar üzerinde güçlü bir etkiye ve onları yönlendirme gücüne sahiptirler. *İlişki kurma* becerisi yüksek kişiler diğer insanlarla kolay bir şekilde arkadaşlık ve çeşitli bağlantılar kurma gibi becerilere sahiptir. Bu bağlantılar ileride bireyin hem fırsatların farkına varmasında hem de bu fırsatlardan yararlanmasında büyük etkiye sahiptir. *Samimi görünme* becerisi yüksek olan kişiler çevreleri tarafından güvenilir, dürüst, içten ve samimi olarak algılanmaktadırlar. Bu kişilerin samimi ve içten davranışları çevrelerindeki kişilere doğru aktarıldığı zaman güven ve saygı görmelerini sağlamaktadır (Ferris, Treadway, Perrewé, Brouer, Douglas ve Lux, 2007).

Reid, McCallum ve Dobbins'e (2006) göre okullarımız, toplumumuzda gençlerin eğitimi için gerekli amaçları, değerleri ve uygulamaları içeren alanlardır. Bu eğitim etkinliğinin sağlanması; ebeveynleri, öğrencileri, öğretmenler, eğitim bürokratlarını, politikacıları, işverenleri ve üniversiteleri de dahil olmak üzere bir dizi grubu içeren karmaşık bir etkileşim yoluyla gerçekleşir. Bu gruplar arasındaki eşit olmayan ilişkiler eğitimi politik bir süreç haline getirmektedir. Bu anlamda eğitim sürecinin en önemli unsuru olan öğretmenler de politik aktörlerdir ve bazı politik becerilere sahip olmaları gerekmektedir (Reid, McCallum ve Dobbins, 2006). Bu durumda eğitim kurumlarında öğretmenlerin istenilen hazırbulunuşluk düzeyini sağlaması için iletişim becerilerini etkili olarak kullanması ve buna bağlı olarak da politik becerilere sahip olması gerektiği düşünülmektedir (Özgenel ve Bozkurt, 2020). Bununla birlikte yüksek politik beceriye sahip öğretmenlerin, hem yöneticileriyle hem iş arkadaşlarıyla hem de öğrencileriyle olumlu yönde ilişkiler kurmalarına yol açacağı düşünülmektedir. Bu durumda yüksek politik beceriye sahip öğretmen ve yöneticilerin okul ortamının daha verimli ve etkili olması beklenmektedir (Uğurlu ve Bostancı, 2017).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Eğitim sektörü açısından bakıldığı zaman eğitim hayatının planlanıp, uygulanıp ve değerlendirildiği eğitim teşkilatlarında da eğitimciler kişisel hedefleri ve teşkilat hedeflerini gerçekleştirmek için politik davranış sergiledikleri görülmektedir. Eğitimcilerin gösterdikleri politik davranışların istenilen sonuçlara ulaşmasıysa politik becerilerle ilişkilidir (Özdemir ve Gören, 2016). Bu anlamda politik beceri kavramının içerdiği samimi görünme, sosyal zekâ, ilişki kurma, kişilerarası etki kavramların insanları etkileyerek öğretmenlerin veli ve öğrencilerle ilişki kurmasını kolaylaştıracağı, bireysel ve kurumsal amaçlara ulaşmada kolaylık sağlayacağı düşünülmektedir. Öğretmenlerin bahsedilen becerilere sahip olmasında önemli etkenlerden biri

de öğretmenlerin öz yeterlik düzeyleridir. Sonuç odaklı yapılar olan okullarda çalışan öğretmen ve okul yöneticilerinin mesleklerine ilişkin tutumları, genellikle kendi yeterliklerinin farkında olma ve potansiyellerini bilme ile kısaca öz yeterlik kavramı ile açıklanmaktadır. (Baltacı, 2020). Öğretmenlerin kaliteli bir şekilde eğitim ve öğretim yapabilmelerinde, karşılaştıkları problemleri aşabilmelerinde, kendine ilişkin inançları ve algıları çok önemli bir rol oynamaktadır (Özdemir, 2008). Bu nedenle öğretmenlerin öz yeterliklerinin politik becerilerine etki ettiği düşünülmektedir. Araştırmada öğretmenlerin öz yeterliklerinin politik becerilerine olan etkisinin araştırılması amaçlanmaktadır.

3.2. Araştırma Hipotezleri ve Modeli

Öz yeterlik ve politik beceri arasındaki ilişkiyi incelemiş çalışmalar alan yazında var olmakla birlikte sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Ferris ve diğerleri (2007) öz yeterliğin, işyerindeki politik becerilerdeki bireysel farklılıkları açıklayan özellikler arasında ve öz yeterliğin özellikle kişilerarası etki ve ilişki kurma yeteneğini etkilediğini ileri sürmüşlerdir. Chopin, Danish, Seers ve Hook (2012) yaptıkları çalışmada mezun olmuş işletme öğrencileri ile yaptıkları çalışmada öz yeterlik ile politik beceri arasında pozitif bir ilişki saptamışlardır. Benzer bir şekilde Abbas, Shafique, Moin ud Din, Ahmad ve Saleem (2015) çalışanlar ile Jawahar, Meurs, Ferris ve Hochwarter (2008) ise öğrenciler üzerine yaptıkları çalışmalarında öz yeterlik ile politik beceri arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit etmişlerdir. Perrew ve diğerleri (2004) yaptıkları çalışmada genel öz yeterlik ile politik beceri arasında düşük bir ilişki saptamıştır.

Geyer (2014), 168 üniversite öğrencisinin genel öz yeterlik önlemleri ile dört politik beceri (ilişki kurma yeteneği, kişilerarası etki, sosyal zekâ ve görünür samimiyet) arasındaki ilişkileri incelemiş ve öz yeterliğin politik beceriyi pozitif anlamda etkilediğini saptamıştır.

Khodabandeh ve Ardabili (2015) tarafından örgütsel bağlılık, politik beceri, öz yeterlik ve vatandaşlık davranışı kavramlarını inceledikleri çalışma, bir şirketin 171 çalışanı üzerine yapılmış olup, meslek öz yeterliğinin politik beceriyi olumlu olarak etkilediği saptanmıştır.

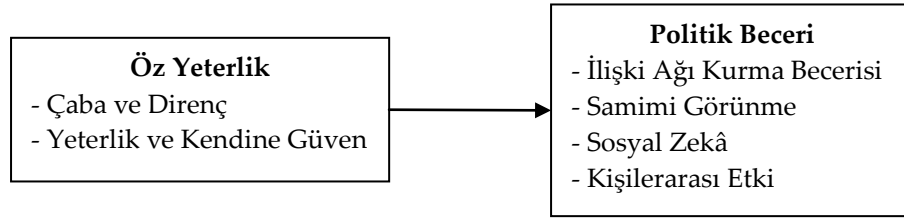
Öğretmenlerin öz yeterlikleri ve politik becerileri arasında yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Oysaki öğretmenlerin kendi yeteneklerine ve becerilerine ilişkin kişisel yargılarının olumlu olmasının, çalıştıkları kurumlarda başkalarını etkileme becerilerini kullanmalarını ve başkalarının kişisel ve örgütsel hedeflerini geliştirecek şekilde davranmalarını, meslektaşları, öğrencileri ve velilerle etkili iletişim kurarak istenen başarıya daha kolay ulaşabilmelerini etkileyeceği düşünülmektedir.

Bu anlamda araştırmanın hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur:

- **H₁:** Öz yeterliğin politik beceri üzerinde pozitif bir etkisi vardır.
- **H₂:** Öz yeterliğin ilişki ağı kurma üzerinde pozitif bir etkisi vardır.
- **H₃:** Öz yeterliğin samimi görünme üzerinde pozitif bir etkisi vardır.
- **H₄:** Öz yeterliğin sosyal zekâ üzerinde pozitif bir etkisi vardır.
- **H₅:** Öz yeterliğin kişilerarası etkinlik üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

Araştırmanın bağımsız değişkeni öz yeterlik, bağımlı değişkeni ise politik beceridir. Bu kapsamda ön görülen araştırma modeli Şekil 1’de görüldüğü gibi oluşturulmuştur.

Öğretmenlerin Öz Yeterliklerinin Politik Becerilerine Etkisi



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

3.3. Çalışma Grubu

Araştırmanın evreni; 2018-2019 eğitim öğretim döneminde Mardin ilinin merkez ilçesindeki Milli Eğitime bağlı lise öğretmenlerinde çalışan 741 kişiden oluşmaktadır. Anketin 741 kişinin tamamına yapılması hedeflenmiş olup, anketin uygulandığı zaman diliminde okulda bulunan öğretmenlere uygulanmıştır. Yapılan anket uygulaması sonucunda kullanılabilir 402 anket tespit edilmiştir. Bu 402 kişi çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır.

3.4. Veri Toplama Araçları

Araştırmada; verileri toplamak için araştırmacı tarafından hazırlanan Kişisel Bilgi Formu ile Genel Öz Yeterlik Ölçeği ve Politik Beceri Envanteri kullanılmıştır.

3.4.1. Genel Öz Yeterlik Ölçeği

Schwarzer ve Jerusalem tarafından geliştirilen ve 25'ten fazla dile uyarlaması yapılan Genel Öz Yeterlik Ölçeği'nin Türkçe uyarlaması Aypay (2010) tarafından üç farklı üniversiteden toplam 693 öğrenci üzerinde yapılan çalışmayla yapılmıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0.83'tür. Ölçek çaba ve direnç ile yeterlik ve kendine güven olmak üzere iki boyuttan ve toplam da 10 maddeden oluşmaktadır. Türkçe versiyonu geçerli ve güvenilir olan ölçeğin, cevapları 4'lü Likert tarzında derecelendirilmiştir. 1-Tamamen Yanlış, 2-Biraz Doğru, 3- Orta Düzeyde Doğru, 4-Tamamen Doğru şeklinde derecelendirilmiştir (Aypay, 2010).

3.4.2. Politik Beceri Envanteri

Ferris, Treadway, Kolodinsky, Hochwarter, Kacmar, Douglas ve Frink (2005) tarafından geliştirilen, Politik Beceri Envanterinin (PBE), Gören ve Özdemir (2015) tarafından Türkçe uyarlaması ile geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Çalışma 2013-2014 eğitim öğretim yılında 226 kadın ve 99 erkek olmak üzere 325 öğretmenin katılımı ile gerçekleşmiştir. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0.94'tür. Politik Beceri Envanteri 18 madde ve dört boyuttan oluşmaktadır. Politik beceri ölçeği, ilişki kurma, samimi görünme, sosyal zekâ ve kişilerarası ilişkilerde etkileme boyutlarından oluşmaktadır. Türkçe versiyonunun geçerli ve güvenilir olan ölçeğin cevapları 7'li Likert (1-Hiç Katılmıyorum, 7-Tamamen Katılıyorum) tarzında derecelendirilmiştir (Özdemir ve Gören, 2015).

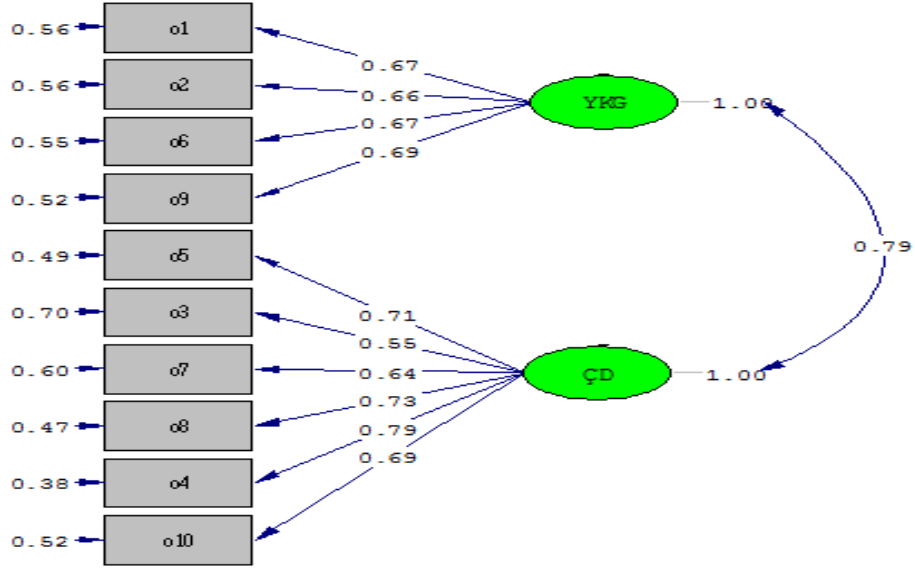
3.5. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS ve LISREL programları kullanılmıştır. Veri analizleri kişisel bilgi formu ve ölçeklerden elde edilen toplam puanlar üzerinden gerçekleştirilmiştir. Anketlerden elde edilen veriler programa girildikten sonra araştırmanın geçerlilik analizi, doğrulayıcı faktör analizi kullanılarak yapılmıştır. Verilerin güvenilirliğini tespit etmek için ise "Cronbach Alpha" değerinden yararlanılmıştır. Öz yeterliğin politik beceri düzeyi ile ilişkisini tespit etmek amacıyla korelasyon, politik beceriye etkisini tespit etmek amacıyla ise regresyon analizi kullanılmıştır.

3.6. Ölçeklere İlişkin Geçerlik ve Güvenirlilik Analizleri

3.6.1. Genel Öz yeterlik Ölçeği Geçerlilik ve Güvenirlilik Analizi

Ölçek yapı geçerliliğinin ve faktör yapısının elde edilen verilerle uyumlu olup olmadığı DFA ile tespit edilmiştir. DFA ile yapılan analizde daha önce faktör sayısı bilinen bir yapı analiz edilmiştir. Ölçeğin iki boyutlu faktör yapısı doğrulanmış olup, maddelerin faktör yüklerinin. 0.55 ile. 0.79 arasında değiştiği görülmektedir.



Chi-Square=100.62, df=34, P-value=0.00000, RMSEA=0.070

Şekil 2. Öz Yeterlik Ölçeği Faktör Yapısı

Şekil 2’de görüldüğü gibi ölçekte yer alan 10 madde ile 2 faktörlü bir yapı doğrulanmıştır. Ölçeğin uyum iyiliği değerleri incelendiğinde elde edilen ki-kare istatistiğinin serbestlik derecesine oranı (χ^2/df) 2,96 ($\chi^2=100,62$ $df=14$); SRMR değerinin 0,045, CFI değerinin 0,98; RMSEA değerinin 0,070, NFI değerinin 0,97, IFI değerinin 0,98 olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar ölçeğin son haliyle yeterli uyum değerlerine ulaştığını göstermektedir. Modelde ölçeğin iki boyutlu yapısı doğrulanmış olup, ölçek maddeleri, faktör yükleri ve güvenilirlik katsayıları Tablo 1’de sunulmuştur.

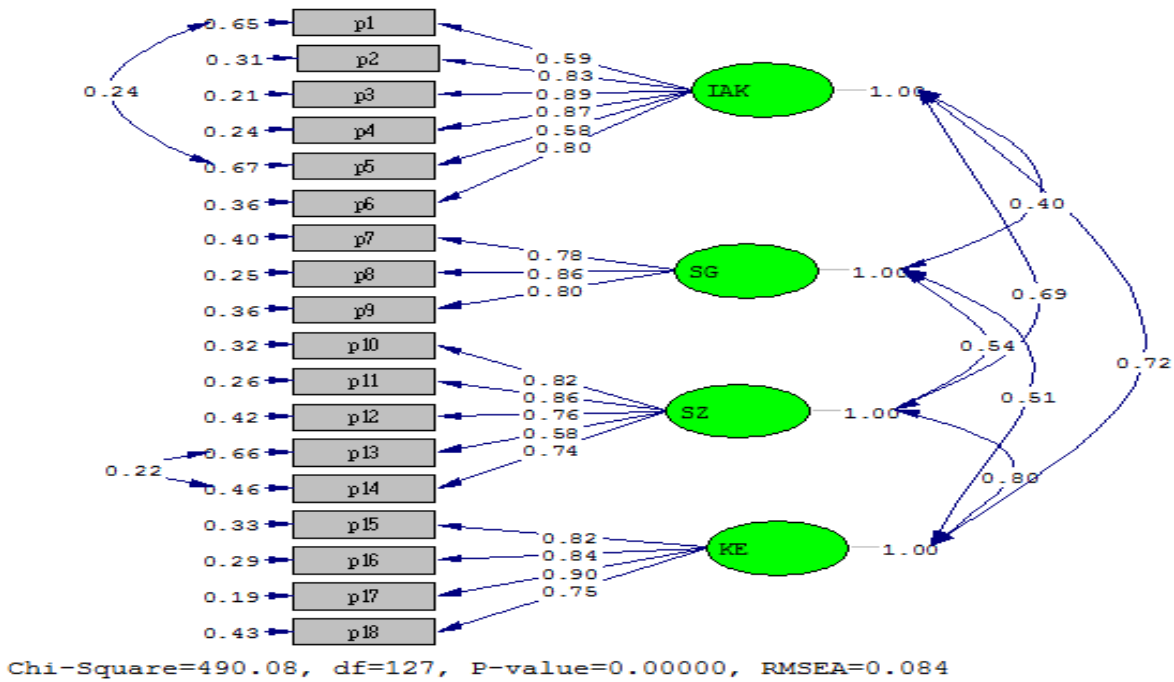
Tablo 1. Öz Yeterlik Ölçeğinin Faktör Yükleri ve Güvenirlik Katsayıları

Sorular	Faktör Yüğü	Cronbach Alpha
Öz Yeterlik		0,874
YKG		0,767
1. Yeterince çaba harcarsam, zor sorunları çözenin bir yolunu daima bulabilirim.	0,67	
2. Bana karşı çıkıldığında, istediğimi elde etmemi sağlayacak bir yol ve yöntem bulabilirim.	0,66	
6. Gerekli çabayı gösterirsem, birçok sorunu çözebilirim.	0,67	
9. Başım deritte olduğunda, genellikle bir çözüm düşünebilirim.	0,69	
ÇD		0,839
5. Yeteneklerim sayesinde beklenmedik durumlarla nasıl baş edebileceğimi biliyorum.	0,71	
3. Amaçlarıma bağlı kalmak ve bunları gerçekleştirmek benim için kolaydır.	0,55	
7. Baş etme gücüm güvendiğim için zorluklarla karşılaştığımda soğukkanlılığımı koruyabilirim.	0,64	
8. Bir sorunla karşılaştığımda, genellikle birkaç çözüm yolu bulabilirim.	0,73	
4. Beklenmedik olaylarla etkili bir biçimde başa çıkabileceğime inanıyorum.	0,79	
10. Önüme çıkan zorluk ne olursa olsun, üstesinden gelebilirim.	0,69	

Tablo 1’de ki cronbach alpha katsayısı incelendiğinde, elde edilen bulguların ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

3.6.2. Politik Beceri Ölçeği Geçerlilik ve Güvenirlik Analizi

Ölçek yapı geçerliliğinin ve faktör yapısının elde edilen verilerle uyumlu olup olmadığı DFA ile tespit edilmiştir. Ölçeğin dört boyutlu faktör yapısı doğrulanmış olup, maddelerin faktör yüklerinin. 0,36 ile. 0,87 arasında değiştiği görülmektedir. Ölçekte uyum iyiliği değerlerinin sağlanmasına rağmen, daha iyi değerler yakalamak için kovaryans kurulmuştur.



Şekil 3. Politik Beceri Ölçeği Faktör Yapısı

Uyum iyiliği değerleri incelendiğinde elde edilen ki-kare istatistiğinin serbestlik derecesine oranı (χ^2/df) 3,86 ($\chi^2=490,08$; $df=127$); SRMR değerinin 0,057, CFI değerinin 0,97; RMSEA değerinin 0,057, NFI değerinin 0,96, IFI değerinin 0,97 olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar ölçeğin son haliyle yeterli uyum değerlerine ulaştığını göstermektedir. Modelde ölçeğin iki boyutlu yapısı doğrulanmış olup, ölçek maddeleri, faktör yükleri ve güvenirlik katsayıları Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Politik Beceri Ölçeğinin Faktör Yükleri ve Güvenirlik Katsayıları

Sorular	Faktör Yüğü	Cronbach Alpha
Politik Beceri		0,937
IAK		0,897
1. İş yerinde, başkalarıyla iletişime geçmek için çaba ve zaman harcarım.	0,59	
2. İş yerinde, birçok önemli insan tanırım ve onlarla güçlü bir bağım var.	0,83	
3. İş yerinde, işlerin hallolması için bağlantılarımı ve iletişim ağlarımı kurmakta iyiyim.	0,89	
4. İş yerinde, meslektaş ve iş arkadaşlarımdan oluşan, işlerin halledilmesi için yardıma ihtiyaç duyduğumda çağırabileceğim geniş bir iletişim ağı geliştirdim.	0,87	
5. İş yerinde başkalarıyla bağlantı kurmak için çok zaman harcıyorum.	0,58	
6. İş yerinde sözü geçen insanlarla bağlantı kurmakta iyiyim.	0,80	
SG		0,848
7. İnsanların benim söylediklerimde ve yaptıklarımında samimi olduğuma inanmaları önemlidir.	0,78	
8. Başkalarıyla iletişim kurarken, söylediklerimde ve yaptıklarımında samimi olmaya çalışırım.	0,86	
9. Diğer insanlara içten bir ilgi göstermeye çalışırım.	0,80	
SZ		0,873
10. Her zaman başkalarını etkilemek için doğru şeyin ne olduğunu içgüdüsel olarak bildiğim söylenebilir.	0,82	
11. Kendimi başkalarına nasıl sunacağıma dair iyi bir önsezim ya da bilgim var.	0,86	
12. Ben, özellikle başkalarının gizli gündemlerini ve motivasyonlarını sezmede iyiyim.	0,76	
13. İnsanların yüz ifadelerine çok dikkat ederim.	0,58	
14. İnsanları çok iyi anlarım.	0,74	
KE		0,894
15. Çoğu insanla samimiyet kurmak benim için çok kolay.	0,82	
16. Çoğu insanın benim yanımdayken rahat ve huzurlu olmalarını sağlayabilirim.	0,84	
17. Başkalarıyla kolayca ve etkili bir şekilde iletişim kurabilirim.	0,90	
18. Başkalarının beni sevmelerini sağlayabilirim.	0,75	

Tablo 2'de ki Cronbach Alpha katsayısı incelendiğinde, elde edilen bulguların ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

4. BULGULAR

4.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Anket uygulanan 402 öğretmenin cinsiyet, yaş, mesleği isteyerek mi seçtiği, medeni durumu ve hizmet süresine ait demografik bilgiler ve frekans dağılımları Tablo 3'te gösterilmektedir. Ankete dâhil olan 402 öğretmenin % 51,2'sinin (206) erkek, % 68,7'sinin (276) evli, % 31,8'inin (128) 27-31 yaş aralığında, % 88,3'ünün (355) mesleğini isteyerek seçtikleri, % 36,3'ünün (146) ise 5 yıldan az süre ile 11 yıl ve 11 yıldan fazla süredir çalışmakta oldukları görülmüştür.

Tablo 3. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzdeler

Cinsiyet	n	%	Hizmet Süresi	n	%
Erkek	206	51,2	5 Yıldan Az Çalışan	146	36,3
Kadın	196	48,8	6-10 Yıl Arası Çalışan	110	27,4
			11 Yıl ve Üzeri Çalışan	146	36,3
Mesleği İsteyerek Seçme	n	%	Yaş	n	%
Evet	355	88,3	22-26	43	10,7
Hayır	47	11,7	27-31	128	31,8
Medeni Durum	n	%	32-36	95	23,6
Bekâr	126	31,3	37-41	86	21,4
Evli	276	68,7	42 ve Üzeri	50	12,4

4.2. Değişkenler Arası Korelasyon Analizleri ve Ölçek Ortalamaları

Değişkenler ve alt boyutları arasındaki ilişkiyi incelemek için korelasyon analizi yapılmış ve analiz sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Ölçekler Arası Korelasyon Analizi ve Ortalamalar

	ÖY	ÇD	YKG	PB	İAKB	SG	SZ	KE	Ortalama
Öz Yeterlik	1	,946**	,853**	,518**	,391**	,245**	,509**	,524**	3,02
Çaba ve Direnç		1	,637**	,517**	,405**	,206**	,512**	,522**	2,93
Yeterlilik ve Kendine Güven			1	,400**	,277**	,249**	,385**	,405**	3,15
Politik Beceri				1	,851**	,650**	,877**	,872**	4,68
İlişki Ağı Kurma Becerisi					1	,383**	,607**	,646**	4,24
Samimi Görünme						1	,508**	,465**	5,57
Sosyal Zekâ							1	,735**	4,63
Kişilerarası Etki								1	4,73

Öz yeterlik ve alt boyutları ile politik beceri arasındaki ilişki incelendiğinde öz yeterlik ($r=0,518$, $p<0,01$), çaba ve direnç ($r=0,517$, $p<0,01$), yeterlik ve kendine güven ($r=0,400$, $p<0,01$) ile politik beceri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

Öz yeterlik ve alt boyutları ile politik becerinin alt boyutlarından ilişki ağı kurma becerisi arasındaki ilişki incelendiğinde öz yeterlik ($r=0,391$, $p<0,01$), çaba ve direnç ($r=0,405$, $p<0,01$), yeterlik ve kendine güven ($r=0,277$, $p<0,01$) ile ilişki ağı kurma becerisi arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

Öz yeterlik ve alt boyutları ile politik becerinin alt boyutlarından samimi görünme arasındaki ilişki incelendiğinde öz yeterlik ($r=0,245$, $p<0,01$), çaba ve direnç ($r=0,206$, $p<0,01$), yeterlik ve kendine güven ($r=0,249$, $p<0,01$) ile samimi görünme arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

Öz yeterlik ve alt boyutları ile politik becerinin alt boyutlarından sosyal zekâ arasındaki ilişki incelendiğinde öz yeterlik ($r=0,509$, $p<0,01$), çaba ve direnç ($r=0,512$, $p<0,01$), yeterlik ve kendine güven ($r=0,385$, $p<0,01$) ile sosyal zekâ arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

Öz yeterlik ve alt boyutları ile politik becerinin alt boyutlarından kişilerarası etki arasındaki ilişki incelendiğinde öz yeterlik ($r=0,524$, $p<0,01$), çaba ve direnç ($r=0,522$, $p<0,01$), yeterlik ve kendine güven ($r=0,405$, $p<0,01$) ile kişilerarası etki arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

Ölçek ortalamalarına bakıldığında öğretmenlerin öz yeterlik ortalamalarının (3,02/5) ve politik becerilerinin (4,68/7) ortalamasının üzerinde olsa da çok da yüksek olmadığı görülmüştür. Politik beceri içinde ise en yüksek düzeyde görülen becerinin samimi görünme (5,53) olduğu görülmüştür.

4.3. Öz Yeterliliğin Politik Beceriye Etkisi

Öz yeterlik alt boyutları olan çaba ve direnç ile yeterlik ve kendine güven değişkenleri bağımsız değişken, politik beceri boyutu bağımlı değişken olarak alınmış ve çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan regresyon analizi ile *H1* ve *H1a*, *H1b* hipotezleri test edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 5'te özetlenmektedir.

Model incelendiğinde öz yeterliliğin politik beceri üzerinde etkisi olduğu söylenebilmektedir. Öz yeterlik ile politik beceri arasında pozitif bir ilişki vardır ($R= 0,525$). Öz yeterliliğin bağımlı değişken olan politik beceriyi açıklama oranı $R^2= 0,275$ olarak bulunmuştur. Bu sonuç politik beceri değişkeninin % 27,5'inin öz yeterlik ile açıklanabileceğini göstermektedir. Bu anlamda yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre *H1 hipotezi desteklenmiştir*.

Ayrıca model incelendiğinde öz yeterlik alt boyutlarından çaba ve direnç ($\beta=0,441$; $p=0,000$) ile yeterlik ve kendine güven ($\beta=0,119$; $p=0,032$) istatistiksel açıdan anlamlı olarak saptanmıştır. Bu sonuç politik becerideki değişimin %44,1'inin çaba ve direnç ve %11,9'unun yeterlik ve kendine güven ile açıklanabileceğini göstermektedir. Bu anlamda yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre *H1a ve H1b hipotezleri desteklenmiştir*.

Tablo 5. Öz Yeterlik Alt Boyutlarının Politik Beceriye Etkisi

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	p	Tolerans	VIF
	B	Std. Hata	Beta				
Sabit	1,608	,276		5,835	,000		
Çaba ve Direnç	,799	,100	,441	7,972	,000	,594	1,685
Yeterlik ve Kendine Güven	,230	,107	,119	2,147	,032	,594	1,685

Bağımlı Değişken: Politik Beceri

R:0,525; R^2 :0,275; Düzeltilmiş R^2 :0,272; Model için F: 75,795, $p=0,000$; D-W: 1,951

4.4. Öz Yeterliliğin İlişki Ağı Kurma Becerisi Üzerindeki Etkisi

Öz yeterlik alt boyutları olan çaba ve direnç ile yeterlik ve kendine güven değişkenleri bağımsız değişken, ilişki ağı kurma becerisi alt boyutu bağımlı değişken olarak alınmış ve çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan regresyon analizi ile *H2* ve *H2a*, *H2b* hipotezleri test edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 6'da özetlenmektedir.

Model incelendiğinde öz yeterliliğin ilişki ağı kurma becerisi üzerinde etkisi olduğu söylenebilmektedir. Öz yeterlik ile ilişki ağı kurma becerisi arasında pozitif bir ilişki vardır ($R= 0,406$). Öz yeterliliğin bağımlı değişken olan ilişki ağı kurma becerisini açıklama oranı $R^2= 0,165$ olarak bulunmuştur. Bu sonuç ilişki ağı kurma becerisi değişkeninin % 16,5'inin öz yeterlik ile açıklanabileceğini göstermektedir. Bu anlamda yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre *H2 hipotezi desteklenmiştir*.

Ayrıca model incelendiğinde öz yeterlik alt boyutlarından çaba ve direncin ($\beta=0,385$; $p=0,000$) istatistiksel açıdan anlamlı olarak saptanmıştır. Bu sonuç ilişki ağı kurma becerisindeki değişimin %38,5'inin çaba ve direnç ile açıklanabileceğini göstermektedir. Bu anlamda yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre *H2a hipotezi desteklenmiş ve H2b hipotezi desteklenmemiştir*.

Tablo 6. Öz Yeterlik Alt Boyutlarının İlişki Ağı Kurma Becerisine Etkisi

	Standardize Edilmemiş		Standardize	t	p	Tolerans	VIF
	Katsayılar		Katsayılar				
	B	Std. Hata	Beta				
Sabit	1,613	,347		4,651	,000		
Çaba ve Direnç	,818	,126	,385	6,485	,000	,594	1,685
Yeterlik ve Kendine Güven	,071	,135	,031	,524	,601	,594	1,685

Bağımlı Değişken: Politik Beceri

R:0,406; R²:0,165; Düzeltilmiş R²:0,160; Model için F: 39,306, p=0,000; D-W: 1,793

4.5. Öz Yeterliğin Samimi Görünme Üzerindeki Etkisi

Öz yeterlik alt boyutları olan çaba ve direnç ile yeterlik ve kendine güven değişkenleri bağımsız değişken, samimi görünme alt boyutu bağımlı değişken olarak alınmış ve çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan regresyon analizi ile **H3** ve **H3a**, **H3b hipotezleri** test edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 7’de özetlenmektedir.

Model incelendiğinde öz yeterliğin samimi görünme üzerinde etkisi olduğu söylenebilmektedir. Öz yeterlik ile samimi görünme arasında pozitif bir ilişki vardır (R= 0,256). Öz yeterliğin bağımlı değişken olan samimi görünmeyi açıklama oranı R²= 0,066 olarak bulunmuştur. Bu sonuç samimi görünme değişkeninin % 6,6’sının öz yeterlik ile açıklanabileceğini göstermektedir. Bu anlamda yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre **H3 hipotezi desteklenmiştir**.

Ayrıca model incelendiğinde öz yeterlik alt boyutlarından yeterlik ve kendine güvenin ($\beta=0,197$; $p=0,002$) istatistiksel açıdan anlamlı olarak saptanmıştır. Bu sonuç samimi görünmedeki değişimin %19,7’sinin yeterlik ve kendine güven ile açıklanabileceğini göstermektedir. Bu anlamda yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre **H3b hipotezi desteklenmiş ve H3a hipotezi desteklenmemiştir**.

Tablo 7. Öz Yeterlik Alt Boyutlarının Samimi Görünmeye Etkisi

	Standardize Edilmemiş		Standardize	t	p	Tolerans	VIF
	Katsayılar		Katsayılar				
	B	Std. Hata	Beta				
Sabit	3,609	,376		9,595	,000		
Çaba ve Direnç	,176	,137	,081	1,288	,198	,594	1,685
Yeterlik ve Kendine Güven	,460	,147	,197	3,136	,002	,594	1,685

Bağımlı Değişken: Politik Beceri

R:0,256; R²:0,066; Düzeltilmiş R²:0,061; Model için F: 14,021, p=0,000; D-W: 1,882

4.6. Öz Yeterliğin Sosyal Zekâ Üzerindeki Etkisi

Öz yeterlik alt boyutları olan çaba ve direnç ile yeterlik ve kendine güven değişkenleri bağımsız değişken, sosyal zekâ alt boyutu bağımlı değişken olarak alınmış ve çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan regresyon analizi ile **H4** ve **H4a**, **H4b hipotezleri** test edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 8’de özetlenmektedir.

Model incelendiğinde öz yeterliğin sosyal zekâ üzerinde etkisi olduğu söylenebilmektedir. Öz yeterlik ile sosyal zekâ arasında pozitif bir ilişki vardır (R= 0,517). Öz yeterliğin bağımlı değişken olan sosyal zekâyı açıklama oranı R²= 0,268 olarak bulunmuştur. Bu sonuç sosyal zekâ değişkeninin % 26,8’inin öz yeterlik ile açıklanabileceğini göstermektedir. Bu anlamda yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre **H4 hipotezi desteklenmiştir**.

Ayrıca model incelendiğinde öz yeterlik alt boyutlarından çaba ve direncin ($\beta=0,449$; $p=0,000$) istatistiksel açıdan anlamlı olarak saptanmıştır. Bu anlamda çaba ve direnç alt boyutunun

sosyal zekâ üzerinde etkisi olduğu söylenebilmektedir. Bu sonuç sosyal zekâdaki değişimin %44,9'unun çaba ve direnç ile açıklanabileceğini göstermektedir. Bu anlamda yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre *H4a hipotezi desteklenmiş ve H4b hipotezi desteklenmemiştir.*

Tablo 8. Öz Yeterlik Alt Boyutlarının Sosyal Zekâya Etkisi

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	p	Tolerans	VIF
	B	Std. Hata	Beta				
Sabit	1,093	,327		3,339	,001		
Çaba ve Direnç	,962	,119	,449	8,077	,000	,594	1,685
Yeterlik ve Kendine Güven	,226	,128	,098	1,769	,078	,594	1,685

Bağımlı Değişken: Politik Beceri

R:0,517; R²:0,268; Düzeltilmiş R²:0,264; Model için F: 72,934, p=0,000; D-W: 1,971

4.7. Öz Yeterliğin Kişilerarası Etki Üzerindeki Etkisi

Öz yeterlik alt boyutları olan çaba ve direnç ile yeterlik ve kendine güven değişkenleri bağımsız değişken, kişilerarası etki alt boyutu bağımlı değişken olarak alınmış ve çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan regresyon analizi ile *H5 ve H5a, H5b hipotezleri* test edilmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 9'da özetlenmektedir.

Model incelendiğinde öz yeterliğin kişilerarası etki üzerinde etkisi olduğu söylenebilmektedir. Öz yeterlik ile kişilerarası etki arasında pozitif bir ilişki vardır (R= 0,530). Öz yeterliğin bağımlı değişken olan kişilerarası etkiyi açıklama oranı R²= 0,281 olarak bulunmuştur. Bu sonuç kişilerarası etki değişkeninin % 28,1'inin öz yeterlik ile açıklanabileceğini göstermektedir. Bu anlamda yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre *H5 hipotezi desteklenmiştir.*

Ayrıca model incelendiğinde öz yeterlik alt boyutlarından çaba ve direnç ($\beta=0,444$; $p=0,000$) ile yeterlik ve kendine güven ($\beta=0,122$; $p=0,027$) istatistiksel açıdan anlamlı olarak saptanmıştır. Bu sonuç kişilerarası etkideki değişimin %44,4'ünün çaba ve direnç ve %12,2'sinin yeterlik ve kendine güven ile açıklanabileceğini göstermektedir. Bu anlamda yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre *H5a ve H5b hipotezleri desteklenmiştir.*

Tablo 9. Öz Yeterlik Alt Boyutlarının Kişilerarası Etkiye Etkisi

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	p	Tolerans	VIF
	B	Std. Hata	Beta				
Sabit	,742	,352		2,106	,036		
Çaba ve Direnç	1,033	,128	,444	8,063	,000	,594	1,685
Yeterlik ve Kendine Güven	,304	,137	,122	2,217	,027	,594	1,685

Bağımlı Değişken: Politik Beceri

R:0,530; R²:0,281; Düzeltilmiş R²:0,278; Model için F: 78,094, p=0,000; D-W: 1,960

SONUÇ

Öğretmenlerin öz yeterlik düzeylerinin politik becerilerine etkisini incelemek amacıyla gerçekleştirilen bu araştırma, Mardin ilinde milli eğitime bağlı liselerde çalışan 402 öğretmen ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılanların çoğunluğu erkek, evli, 27-31 yaş aralığında, mesleğini isteyerek seçen, 5 yıldan az süre ile 11 yıl ve 11 yıldan fazla süredir çalışan öğretmenlerden oluşmaktadır. Öğretmenlerin öz yeterliklerini ölçmek için Schwarzer ve Jerusalem tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması Aypay (2010) tarafından yapılan Genel Öz Yeterlik Ölçeği; politik becerilerini ölçmek için ise Ferris vd. (2005) tarafından geliştirilen, Politik Beceri Envanteri kullanılmıştır.

Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Araştırmada test edilen ilk hipotez de öz yeterlik ve alt boyutları olan çaba ve direnç ile yeterlilik ve kendine güven boyutlarının politik beceri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olacağı yönünde oluşturulmuştur. Veriler incelendiğinde öz yeterlik ve alt boyutları olan çaba ve direnç ile yeterlilik ve kendine güven boyutlarının politik beceriye ve politik becerinin alt boyutlarından kişilerarası etkinliğe etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra öz yeterlik ve alt boyutlarından olan çaba ve direncin ilişki ağı kurmaya ve sosyal zekâya etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak öz yeterlik ve alt boyutlarından olan yeterlilik ve kendine güvenin samimi görünmeye etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Genel olarak sonuçlar incelendiğinde öz yeterlik ve alt boyutları çaba ve direnç ile yeterlik ve kendine güven boyutlarının politik beceriye pozitif yönde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular alan yazın ile paralellik göstermektedir. Ferris ve diğerleri (2007) öz yeterliğin, özellikle kişilerarası etki ve ilişki kurma yeteneğini etkilediğini ileri sürmüşlerdir. Geyer (2014) 168 üniversite öğrencisinin genel öz yeterlik önlemleri ile dört politik beceri (ilişki kurma yeteneği, kişilerarası etki, sosyal zekâ ve görünür samimiyet) arasındaki ilişkileri incelemiş ve öz yeterliğin politik beceriyi pozitif anlamda etkilediğini saptamıştır. Khodabandeh ve Ardabili (2015) tarafından örgütsel bağlılık, politik beceri, öz yeterlik ve vatandaşlık davranışı kavramlarını incelediği çalışmada mesleki öz yeterliğin politik beceriyi olumlu olarak etkilediği saptanmıştır. Yapılan çalışmalarda öz yeterliğin politik beceriyi pozitif yönde etkilediği görülmektedir. Öz yeterlik kişinin gerçekte olan yeterlik düzeyinden ziyade yeterlik hakkında kendine olan inancı ile ilgilidir. Kişi kendine inandığı zaman birçok problemi aşip hedeflerine ulaşabilmektedir. Bundan dolayı öz yeterlik inancı yüksek bireylerin politik becerilerinin de yüksek olacağı düşünülmektedir. Birey politik beceriye ne kadar sahip olursa olsun öncelikle o hedeflere ulaşabileceğine inanması gerekmektedir.

Bunun yanı sıra hızla değişen ve gelişen dünyada toplumun sürekli olarak eğitilip geliştirilmesi gerekmektedir. Toplumun eğitilip geliştirilmesinde en önemli görevlerden biri de öğretmenlere düşmektedir. Öğretmenlerin de toplumun geliştirilmesine yardımcı olabilmesi için kendilerini ve çevrelerini tanımaları, sağlıklı ilişkiler kurabilmeleri, öğrencileri ve çevreleri üzerinde bir etki bırakabilmeleri, karşılaştıkları problemlere etkili çözümler bulabilmeleri gibi bazı becerilere sahip olmaları gereklilik haline gelmiştir. Bu anlamda öğretmenlerin politik becerilere sahip olmaları ve kendilerinin gerek bu becerilere sahip olma konusunda gerekse diğer konularda kendilerine yüksek derecede inanmaları gerekmektedir. Araştırma sonuçlarında görüldüğü gibi öğretmenlerin kendilerine olan inançlarının yüksek olması politik becerilerini de olumlu olarak etkilemektedir.

Bu çalışma Mardin ili merkez ilçesi Artuklu'daki devlet liselerinde görev yapan 402 öğretmen ile sınırlıdır. Bundan dolayı öğretmenlerin öz yeterlik düzeylerinin politik becerilerine etkisini bütün kademelerdeki öğretmenlerle, özel sektörde çalışan öğretmenlerle veya farklı bölgelerde çalışan öğretmenlerle yürütülmesinin alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte aynı çalışma kapsamında farklı bölgeden, farklı kademededen ya da farklı kesimlerden öğretmenlere yapılacak bir çalışma ile de farklılıkların araştırılması alana katkı sağlayabilir.

Öğretmen adayları mesleğe başladıkları zaman kendilerine inanan, problemlere çözüm üretebilen, çevresiyle iyi ilişkiler kurabilen ve hedeflerini gerçekleştirebilen kişiler olabilmelerini sağlamak için üniversitelerde öz yeterlik ve politik becerilerini arttırmalarına yönelik çalışmalar yapılabilir. Bununla birlikte meslek hayatları içinde de öğretmenlere yönelik seminer, konferans, grupla psikolojik danışma vb. hizmetiçi eğitimler düzenleyerek öz yeterlik ve politik becerilerini geliştirmelerine yardımcı olunabilir.

KAYNAKÇA

- Abbas, H. W., Shafique, M., Moin ud Din, N., Ahmad, R. and Saleem, S. (2015). Impact of perceptions of organizational politics on employees' job outcomes: The moderating role of self-efficacy and personal political skills, *Science International*, 27(3).
- Ahearn, K. K., Ferris, G. R., Hochwarter, W. A., Douglas, C. ve Ammeter, A. P. (2004). Leader political skill and team performance, *Journal of Management*, 30, 309-327.
- Aston, P.T. (1984). Teacher efficacy: A motivational paradigm for effective teacher education. *Journal of Teacher Education*, 35(5), 28-32.
- Aypay, A. (2010). Genel Öz Yeterlik Ölçeği'nin GÖYÖ Türkçe'ye Uyarlama Çalışması, *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2), 113-131.
- Baltacı, A. (2020). Okul müdürü öz yeterlik algısı ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10(1), 27-40.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change, *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Bandura, A. (1989a). Human agency in social cognitive theory, *American Psychologist*, 44, 1175-1184.
- Bandura, A. (1994). Self-Efficacy. in V. S. Ramachaudran (Ed.), *Encyclopedia of human behavior*, 4, 71-81. New York: Academic Press.
- Bars, M. (2016). Öğretmen adaylarının üstbilişsel farkındalıkları, öğretmenlik mesleğine yönelik öz yeterlikleri ve problem çözme becerilerine ilişkin algılarının incelenmesi. Doktora Tezi, Dicle Üniversitesi, Diyarbakır.
- Blass, F. R., & Ferris, G. R. (2007). Leader reputation: The role of mentoring, political skill, contextual learning, and adaptation, *Human Resource Management*, 46(1), 5-19.
- Chopin, S. M., Danish, S. J., Seers, A., & Hook, J. N. (2012). Effects of mentoring on the development of leadership self-efficacy and political skill, *Journal of Leadership Studies*, 6(3), 17-32.
- Dembo, M. H. (2004). *Motivation and learning strategies for college success: A selfmanagement approach* (2nd ed.). New Jersey: Mahwah.
- Eryılmaz, İ., Dirik, D., & Gülova, A. A. (2017). İş tatmininin belirleyicisi olarak lider-üye etkileşimi ve politik yetinin düzenleyici rolü, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 167-182.
- Ferris, G. R., Treadway, D. C., Kolodinsky, R. W., Hochwarter, W. A., Kacmar, C. J., Douglas, C., ve Frink, D. D. (2005). Development and validation of the political skill inventory, *Journal of management*, 31(1), 126-152.
- Ferris, G. R., Treadway, D. C., Perrewé, P. L., Brouer, R. L., Douglas, C. ve Lux, S. (2007). Political skill in organizations. *Journal of Management*, 33(3), 290-320.
- Geyer, P. D. (2014). Political skill and self-efficacy among college students. *Researchers World*, 5(3), 11.
- Goddard, R. D., Hoy, W. K., ve Woolfolk-Hoy, A. W. (2000). Collective teacher efficacy: Its meaning, measure, and impact on student achievement. *American Educational Research Journal*, 37(2), 479- 507.
- Hackett, G. (1995). Self-efficacy in career choice and development. In A. Bandura (Ed.), *Self-efficacy in Changing Societies* (pp. 232-258): Cambridge University Press.
- Jawahar, I. M., Meurs, J. A., Ferris, G. R. ve Hochwarter, W. A. (2008). Self-efficacy and political skill as comparative predictors of task and contextual performance: A two-study constructive replication, *Human Performance*, 21(2), 138-157.

Öğretmenlerin Öz Yeterliklerinin Politik Becerilerine Etkisi

- Khodabandeh, M., & Sattari-Ardabili, F. (2015). The mediating role of organizational commitment and political skills in occupational self-efficacy and citizenship behavior of employees. *International Journal of Organizational Leadership*, 4.
- Köse, İ. A. (2007). Öğretmen öz-yeterlik algısı ölçeğinin farklı gruplarda yapı geçerliğinin sınanması. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Liu, Y., Perrewé, P. L., Hochwarter, W. A., & Kacmar, C. J. (2004). Dispositional antecedents and consequences of emotional labor at work. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 10(4), 12-25.
- Özçelik, H., ve Kurt, A. (2007). İlköğretim öğretmenlerinin bilgisayar özyeterlikleri: Balıkesir ili örneği, *İlköğretim Online*, 6(3), 441-451.
- Özdemir, M. ve Gören, S. Ç. (2015). Politik beceri envanterinin eğitim örgütlerinde geçerlik ve güvenirlik çalışmaları, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 21(4), 521-536.
- Özdemir, M. ve Gören, S. Ç. (2016). Politik beceri ve psikolojik sermaye arasındaki ilişkinin öğretmen görüşlerine göre incelenmesi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31(2), 333-345.
- Özdemir, S. M. (2008). Sınıf öğretmeni adaylarının öğretim sürecine ilişkin öz-yeterlik inançlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi, *Educational Administration: Theory and Practice*, 54, 277-306.
- Özgenel, M., & Bozkurt, B. N. Okul mutluluğunu yordayan bir faktör: öğretmenlerin politik becerileri. *Turkish Journal of Educational Studies*, 7(2), 130-149.
- Perrewé, P. L. ve Nelson, D. L. (2004). Gender and career success: The facilitative role of political skill, *Organizational Dynamics*, 33(4), 366-378.
- Perrewe, P. L., Zellars, K. L., Ferris, G. R., Rossi, A. M., Kacmar, C. J. & Ralston, D. A. (2004). Neutralizing job stressors: Political skill as an antidote to the dysfunctional consequences of role conflict, *Academy of Management Journal*, 47 (1), 141-152.
- Reid, A., McCallum, F., & Dobbins, R. (1998). Teachers as political actors. *Asia-Pacific Journal of Teacher Education*, 26(3), 247-259.
- Schunk, D.H. (1991). Self-Efficacy and Academic Motivation. *Educational Psychologist*, 26, 207-231.
- Senemoğlu N. (2013). *Gelişim öğrenme ve öğretim kuramdan uygulamaya*. Ankara: Yargı Yayınları.
- Treadway, D. C., Breland, J. W., Cho, J., Yang, J., ve Duke, A. B. (2009). Performance is not enough: Political skill in the longitudinal performance-power relationship. *In Academy of Management Proceedings*, 1, 1-6.
- Tschannen-Moran, M., Woolfolk-Hoy, A., Hoy, W. K. (1998). Teacher efficacy: Its meaning and measure. *Review of Educational Research*, 68(2), 202-248.
- Türk Dil Kurumu. (2019, Eylül). <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim tarihi: 01.09.2019.
- Uğurlu, E., & Bostancı, A. B. (2017). The relationship between teachers' political skills and organizational opposition levels Öğretmenlerin politik yetileri ile örgütsel muhalefet düzeyleri arasındaki ilişki. *Journal of Human Sciences*, 14(4), 4050-4064.
- Yılmaz, M., Köseoğlu, P., Gerçek, C., ve Soran, H. (2004). Öğretmen öz-yeterlik inancı. *Bilim ve Aklın Aydınluğunda Eğitim Dergisi*. 5, (58), 50-54.



Türk Sinemasında Din Adamlarının Sunumu: Kemal Sunal Filmlerindeki Dini Karakterler Üzerine Bir İnceleme

Presentation of the Clergy in Turkish Cinema: A Review of Religious Characters in Kemal Sunal Films

Mustafa İNCE¹, Mesut YILMAZ²

^{1,2}Karabük Üniversitesi, İletişim
Fakültesi, Karabük, Türkiye

ORCID:

M.İ.: 0000-0001-8058-1076

M.Y.: 0000-0003-0053-5147

Corresponding Author:

Mustafa İNCE

Email:

mustafaince@karabuk.edu.tr

Citation: İnce, M. ve Yılmaz, M. (2020). Türk sinemasında din adamlarının sunumu: Kemal Sunal filmlerindeki dini karakterler üzerine bir inceleme. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (3): 726-741.

Submitted: 04.06.2020

Accepted: 09.09.2020

Özet

Sinema, içerisinde üretildiği toplumun izlerini taşıyan kültürel bir eserdir. Sinemanın yapımcı, yönetmen, senarist gibi aktörleri, eserlerinde toplumsal olay ve olguları kendi pencerelerinden yansıtmaya eğiliminde olmuşlardır. Üstelik bu eğilim, genellikle toplumun o dönemdeki dini, siyasi, ekonomik ve sosyal koşullarına göre şekillenmiştir. Türkiye’de de değişen koşulların topluma olan etkisinin sinemaya yansımaları kaçınılmaz olmuştur. Bu bağlamda Türk sinemasında dönemselsel olarak farklı şekillerde ele alınan öğelerden biri de din adamlarının sunumlarıdır. Din adamı sunumlarının, farklı zamanlarda farklı şekillerde Türk sinemasında konu olarak işlendiği görülmektedir. Türk sinemasında dönemselsel olarak; dışlanmış, daraltılmış ve kabul edilmiş olmak suretiyle üç şekilde ele alındığı bilgisinden hareketle, çalışma kapsamında incelenen Kemal Sunal filmlerinin ‘daraltılmış din adamı tiplmesi’ ekseninde sunulduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışmada da din adamlarının Kemal Sunal filmleri çerçevesinde ele alınarak, içerisinde din adamları bulunan ve şairler barından filmler incelenmiştir. Çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi ve nicel araştırma yöntemlerinden olan içerik çözümlemesiyle, din adamlarının Kemal Sunal’ın filmlerinde nasıl sunulduğunu göstermeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kemal Sunal, Din Adamı, Dini Karakter, Çözümleme

Abstract

Cinema is a cultural work that carries marks of the society in which it is produced. Actors of the cinema, such as producer, director and screenwriter, tend to reflect social events and facts through their windows in their works. Moreover, this trend is shaped by the religious, political, economic and social conditions of the society at that time. Cinematic reflection on the changing conditions in Turkey is also inevitable. In this context, one of the items handled in different ways in Turkish cinema is the presentation of the clergy. It is seen that cleric presentations are handled as a subject in Turkish cinema in different ways at different times. Based on the knowledge that it has been handled in three ways – excluded, narrowed and accepted – it is understood that Kemal Sunal films, examined within the scope of the study, are presented on the axis of a ‘narrowed cleric characterization.’ In this study, by examining the clergymen within the framework of Kemal Sunal films,

films from religious poets and clerics were examined. The study aims to show how clerics are presented in Sunal's films by analyzing documents from qualitative research methods and content analysis from quantitative research methods.

Keywords: Kemal Sunal, Clergy, Film Analysis

1. GİRİŞ

Sinema, kültürel üretimin bir parçası olarak üretim sürecinde toplumun; diline, dinine, geleneklerine, sanatına ve ekonomisine şekil veren kültürel ürünlerdir (Kirel, 2005: 136). Bu yönüyle geleceğe yön veren sinema, içerisinden çıktığı toplumun o günkü döneminin de izlerini barındırmaktadır. Tıpkı resim ve müzik gibi sinemanın da ortaya çıktığı dönemin siyasi ve çevresel faktörlerinden etkilenmesi olağan bir durumdur.

Türk sinemasında dini unsurların dönemselsel olarak farklı şekillerde işlendiği görülmektedir. Cumhuriyetin ilk yıllarındaki "Tiyatrocular Dönemi" olarak adlandırılan dönemde eski sosyal ve siyasal düzeni temsil eden diğer olgularla birlikte din ile ilgili öğeler olumsuz bir şekilde kullanılmıştır (Lüleci, 2007: 37). Hatta Türk sinemasında din adamı tiplerinin genelde kötü, uçkağıtçı, dini kullanarak insanları sömüren bir karakter olarak öne çıktığı söylenebilir (Karakaya, 2008: 163). Bunun başlangıcı yeri olarak Cumhuriyet ile birlikte gelen yeni siyasal dönem gösterilmektedir.

Cumhuriyet döneminin siyasal güçleri, çağdaşlık seviyesine ulaşmak için önceden gerçekleştirilen politik ve sanatsal adımlarının sekteye uğramasındaki nedenleri din ve devlet ilişkilerinin düzensiz oluşunda görmüşlerdir. Bu sebeple Türk modernleşmesinin bu aşamasını oluşturan aydınlanma zihniyetinin kurulması için dinin yeniden konumlandırılması gerekli görülmüştür (Yenen, 2017: 287). Bu durum çok partili döneme geçişe kadar devam etmiştir. Ayrıca bu dönemde çağdaşlaşmanın önünde engel olarak çoğu filmde tarif edilen din adamları, şeyhler ve imamlar kırsal otoritenin meşrulaştırıcı güçleri olarak yer almaktadır.

Millî mücadele dönemi ve sonrasında din adamları özellikle kırsal yörelerde şeyhler, dervişler, veli ve ermişler, yeni bir 'din adamı' kavramının yaratıcısı olmuşlardır. Türk Sineması'na yansıyan 'din adamı' kavramı da çoğunlukla halkın kendi arasından çıkardığı eğitimsiz kimseler olarak sunulmuştur (Karakaya, 2008: 116). Bu bağlamda Türk sinemasında filmler üzerinden oluşturulan dini algıların ve söylemlerin şehir yaşamında değil de kırsal yaşamda deneyimlenen dini inanış ve uygulamalar üzerinden bir tanımlama yapıldığından söz edilebilir.

70'ler Türk sineması köy filmi örneklerindeki dini öğelerin saptanmasını konu alan çalışmada, Türk sineması üzerinden içerik analizi yöntemi ile inceleme yapan Velioğlu, çalışmada köy konulu filmleri seçmesinin nedenini; "...Şehir yaşamında geçen filmlerin dini içeriklerinin zayıf olması, hatta birçoğunun dini öğe içermemesidir. Köy yaşamı, dini öğeler açısından daha elverişlidir..." ifadesi yer almaktadır (Velioğlu, 2004: 75). Bu çalışmada da görüleceği üzere 70'lerin sonlarına doğru ve hatta 80'lerin başında yer alan Kibar Feyzo (1978), Şark Bülbülü (1979) ve Üç Kağıtçı (1981) filmler de köy ortamında geçmekte ve gerici, yobaz, dolandırıcı rollerinde olan din adamları bulunmaktadır.

Türk sinemasında iyi ve kötü din adamlarına rastlamak mümkün ancak hem fiziksel hem de ruhsal olarak toplum içinde fesat çıkarıcı ve toplumu ikiye bölmeye çalışan din adamları daha canlıdır ve çoğu filmde bunların karşısına konulan örnek din adamları sönük kalmaktadır (Karakaya, 2008: 163). Örneğin Üç Kağıtçı filminde gerici din adamı Arif Efendi'nin yanı sıra bir de Murat Hoca köyün imamı olarak bilim ve dini birlikte yürüterek kabul edilen din adamı olarak, filmde yalnızca iki kez görülmektedir.

Kemal Sunal Filmleri ele alınarak yürütülen bu çalışma, içeriğinde dini karakterler bulunduran filmler üzerinden doküman analizi ve içerik analizi yürütülerek gerçekleştirilmiştir. Kemal Sunal filmlerinin seçilmesinin nedeni ise Sunal, filmlerinde genellikle ezilen ve hakkı gasp edilmeye çalışılan bir tiptir. Sunal çoğunlukla saf, adil ve sakar karakterleri oynar. Sunal'ın canlandırdığı karakterlerin karşısında ise bazen bir mafya babası, bazen bir dolandırıcı bazen de 'uyanık' roller yer almaktadır. Bazı Kemal Sunal filmlerinde işte bu karşıt rollerde yer alan karakterlerde baskın dini unsurlar bulunduğu görülmesinden dolayı Sunal filmlerinin incelemesi yapılmıştır. Sunal'ın ifadesine göre rol aldığı filmlerde kendisi halktan ve halka yakın olan tip şu şekildedir;

"Saf, temiz, iyi niyetli, sakar, kötülük düşünmeyen, saflıkla işleri birbirine karıştıran ancak ince bir zekâ ile ya da tesadüfi bir şekilde işin içinde çıkıp kötü niyetli kişilerin gerçek yüzlerini ortaya çıkaran Kemal Sunal'ın yarattığı bu tiplere, sonuç olarak seyircinin gerçek yaşamdaki bu yöndeki hasretini yansıttığı için onun oynadığı rollerden her zaman bu tarzda bir beklenti içinde olmuşlardır, genellikle Kemal Sunal filmleri de bu amaç doğrultusunda gerçekleşmiştir" (Sunal, 1998: 106).

Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere Sunal, art niyetli kişilerin kötü yüzlerini ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Sunal'ın filmlerinde "art niyetli kişiler" rolünü mafya babası, dolandırıcı gibi karakterler almıştır. O halde Sunal'ın filmlerinde ne iş yaptığı fark etmeksizin karşıt rolünde dini karakterlerin de -kötü niyetli, kurnaz, paragöz, düzenbaz, dolandırıcı, yalancı- olduğu ön görülebilmektedir. Bu araştırmada da amaç, eğer bu karşıt roldeki karakterler dini bir karakter ise bu karakterlerin filmlerde nasıl sunulduğunu göstermeye çalışmaktır.

2. TÜRK SİNEMASINDA DİNİ KARAKTERLER ve TİPLEMELER

Filmlerde yer alan karakterler ve özellikle tipler, toplumdaki bireylerin çoğunlukla kişisel olarak toplumdaki diğer bireylerle deneyimlediği ilişkileri yansıtmaktadır. Bu şekilde bir ayna görevi üstlenen sinema, bize izlediğimiz filmler hakkında dönemin kültürel ve sosyolojik alt yapısı hakkında da bilgiler sunmaktadır. Kültürlerarası değişkenlik gösteren bu durum, ülkemizde zengin kız fakir oğlan, sürekli kirasını isteyen ev sahibi, kötü yola düşmüş kadın, bakkala manava borcunu olan kişi ve borcunu zorla isteyen kişi, fedakâr anne, yoksul insanların arsa ve tarlalarını ele geçirmek isteyen müteahhit gibi tiplerle karşılaşmaktadır. Toplumsal hayatın içerisinde yer alan bu tipler de sosyal hayatın içerisinde bulunan din adamları da kendilerine Türk sinemasında yer bulmuşlardır.

Türk sinemasında yer alan birtakım filmler ve yönetmenler dönemselsel olarak değişkenlik göstererek din, dindarlık ve din adamı gibi dini öğeleri veya dini sembollerini üzerlerinde taşıyan din adamı tiplerini olumsuz olarak sinemaya yansıtmıştır. Bu konu hakkında dindar kesim olumsuz eleştirilerde de bulunmuştur (Ünser, 2003: 37).

Türk sinemasında din, dindarlık ve din adamı öğesi işlenen filmlerde yer alan din adamları üç farklı dönemde değerlendirilebilmektedir. Türk sinemasını bu bağlamda farklı dönemler olarak ayıracak olursak, bunlar şu şekildedir; ilk olarak Türk sinemasının başlangıcından başlayarak (1922-1960) dönemlerini kapsayan "İlk Dönem Türk Sineması", (1960-1996) dönemlerini kapsayan "Geleneksel Türk Sineması" ve 1996'dan sonrasını kapsayan "Yeni Türk Sineması" şeklinde bir sıralama yapılabilmektedir. İlk dönem Türk sinemasında din, din adamı ve dindarlık olguları kaydedilen filmler içerisinde din adamı tipleri dışlanmış bir tip olarak yer almaktadır. Geleneksel Türk sinemasında ise daraltılmış olarak yani din öğeleri indirgemeci bir anlayışla "kullanılmış obje" olarak değerlendirilmiştir. Yeni Türk sinemasında ise bahsedilen din öğeleri günlük yaşamda kendisini gösterdiği gibi sosyal yaşamdaki bir gerçeklik olarak, yani kabullenilmiş şekilde değerlendirilmiştir (Yenen, 2011: 198). Böylelikle 1996 yılından sonraki

süreçte Türk sinemasında yer alan din öğeleri “kullanılmış obje” olmaktan çıkarak toplumsal yaşamın bir parçası haline gelmiştir.

Türk sinemasında ilkeleri meydana getiren ve Türk sinemasının ilk döneminde göze çarpan önemli bir özne olan Muhsin Ertuğrul, Türkiye Cumhuriyeti'nin yeni anlayışı olan modernleşmeyi, yapmış olduğu projelerinde benimsemiş ve bunu filmlerinde ortaya koymuştur. Ertuğrul, çekmiş olduğu birçok filmde dini öğeleri çağdaşlaşmanın karşısında olan bir ilke olarak negatif perspektifte işlemiştir.

İlk dönem Türk sinemasına yapmış olduğu katkılarıyla bilinen Muhsin Ertuğrul'un 1922 ve 1939 yılları arasında yapmış olduğu 13 sinema filminden altısı hem içerik hem de etki olarak dini öğeler barındırmaktadır. Bunlar tarihsel sıralamasıyla; 1922 yılında çekilen Nur Baba, 1923'te çekilen Ateşten Gömlek, 1929'da çekilen Ankara Postası, 1932'de çekilen Bir Millet Uyanıyor, 1938'de çekilen Ayranoz Kadısı ve son olarak 1939'da çekilen Bir Kavuk Devrildi filmleridir. Ertuğrul'un dini öğeler içeren bu altı filminin üçünde Kurtuluş Savaşı'nın konu olarak seçildiği görülmektedir. Millî mücadeleyi ele alan bu filmler din, din adamı ve dindarlık öğelerini, hikâyenin alt metinlerinde göstermektedir. Söz edilen bu altı filmde karşılaşılan din olgusunun din adamı karakterleri vasıtasıyla sunulduğudur. Millî mücadele dönemlerinde bu karakterler - düşmanla işbirlikçi, vatan haini- olarak tasvir edilmiştir (Üzdü, 2016: 1168).

Din adamlarının Türk sinemasında olumsuz olarak tasvir edilmesi en fazla milli mücadele döneminde görülmektedir. O dönemi anlatan edebi eserlerde, din adamları ve dindarlar, kurtuluş mücadelesinde muhalif ve düşmanla iş birlikçi karakterler olarak betimlenmiştir. Aynı şekilde bu dönemi işleyen romanlardan uyarlanmış filmlerde de durum haliyle benzer bir şekilde devam etmiştir.

Dışlanmış ve daraltılmış olarak dini öğelerin ele alındığı dönemlerde din olgusu Türk sinemasında Menekşe'ye göre şöyledir; “Türk sinemasında din adamı ya nikah ve yağmur duasıyla hatırlanan bir tiptir ya da muska yazan, üfürükçülük yapan bir hocadır veya cenaze namazında cemaatin önünde yürüyen sarıklı cübbeli bir şahıstır. Camide söylediklerini kimsenin merak etmediği, kişisel çıkarları için her şeyi yapabilecek bir anlayışta yobaz, makam düşkünü bir tiptir” (Menekşe, 2005: 55).

Din adamlığı, İslam dini tarafından oluşturulmuş bir kurum olmamasına rağmen toplumumuzda oldukça geniş bir biçimde yer bulmuştur. Türk toplumu genel bir tutum olarak dinini, değer verdiği bilgili ve veli kişilerden dinleyerek öğrenmeyi sevdiğinden dolayı, din adamı kavramı yerleşik bir biçim kazanmıştır. Bu şekilde bakıldığında Türk toplumunun yapısı içinde filizlenen “din adamı” kavramı insanların takip ettiği şeyhler, veliler, cinci ya da muskacı hacı ve hocalar şeklinde öne çıkmaktadır. Bu karakter yapısındaki din adamları, toplumun içinden var olan ve din adamına özel bazı sihirsel güçlerle birlikte anıldığı kişiler olmuşlardır. Buna karşılık makul imam olarak da sözünü edebileceğimiz, devletin tayin etmiş olduğu eğitime sahip imamlar genellikle bu kavramın dışında tutulmuşlardır. Nitekim genellikle Türk sinemasında yer alan din adamı tiplerinin de büyücü, muskacı ya da cinci hoca olarak öne çıkarıldığından söz edilebilir (Karakaya, 2008: 114).

Cumhuriyetin ilk yıllarında dışlanmış olarak Türk sinemasında yer alan dini öğeler tek partili düzenden çok partili düzene geçişin ardından değişen siyasal koşullar ile birlikte filmlerde yeni bir konumlandırma elde etmiştir. Sinema- izleyici ve sinema- endüstri bakımından dini akımlar, ekonomik sorunlar, filmlerde konu edinilmiştir. Ezan, dua sahneleri, mevlit okuma sahneleri, mezarlık sahneleri, cami ve minare görüntüleri abartılı bir biçimde kullanılmaya başlanmıştır (Candemir, 1986: 17). Hatta bu abartı şu şekilde olmuştur; “1952 yılında yapılan ‘Hac Yolu’ belgeseline olan yoğun ilgiden dolayı 1960 yılında tekrar çekilmiş ve filmi 7 kez izleyenler

olmuş, film sürecinde yalın ayakla sinemanın etrafında dolaşmış ve beş dakika arayla gül suyu dağıtılmıştır. Bunun yanı sıra film için her seferinde bilet alınmalı ve abdestli olarak izlenilmesi gerekmektedir." (Candemir, 1986: 18). Nitekim bu sömürü durumu sinemayı bir "gavur icadı" olarak gören bazı dindar kesimlerin sinema ile barışmasını sağlamıştır.

Popüler filmlerde ise dine genelde kuşaklar arası çatışmada bir motif olma rolü verilir ve bu rolde dini karakter geçmişte kalanı sembolize eder. Bu çatışmada genelde modern ve çağdaş düşünceler içindeki gençlere despot ilkeler dayatan, ailedeki kaba ve anlayışsız baba imajıdır. Kafasında takke, elinde tespih, her türlü güzelliğe karşı çıkan bu karakterlerin her iyi gelişme önünde bir engel olduğu gösterilmektedir (Lüleci, 2007: 28).

Başrol, yardımcı rol ve yan roller ile beraber Türk sinemasında hikayeleri anlatılan kişiler iki farklı türde sunulmaktadır. Tip ve Karakter. Karakter, kendine özgü davranışlarıyla bilinen, kendi iç dünyasına sahip değişebilen ve gelişebilen bir özelliği olan, derinlikli bir forma sahip kişiler görünüm ve davranış olarak ayrıntılar oluşturmaktadır. Türk Dil Kurumu karakteri şu şekilde tanımlar; "bir bireyin kendine özgü yapısı, onu başkalarından ayıran temel belirti ve bireyin davranış biçimlerini belirleyen, üstün ana özellik, öz yapı, ıra, seciye" (TDK, sozluk.gov.tr, 2020). Tip ise bireyin gündelik toplum yaşamında sıklıkla karşılaşılabileceği, oldukça fazla sayıda benzeri olan ve kendine özgü ayırt ediciliği olmayan davranış modellerine sahip birey profili çizmektedir. Ayrıca, tip, filmin içeriğinin kapsadığı olaylara göre ele alınmayı gerektirmektedir (Einstein, 1985: 21). Türk Dil Kurumu 'Tip'i ise; "aynı cinsten bütün varlıkların veya nesnelerin temel özelliklerini kendinde toplayan örnek" (TDK, sozluk.gov.tr, 2020) olarak tanımlamıştır.

Türk sinemasında din, dindarlık ve din adamı ögesi işlenen filmlerde yer alan din adamı tiplerini farklı dönemlerde ve farklı yönetmen bakış açıları ele alınarak incelendiğinde üç kategoride ele almak mümkündür. Yenen' in belirttiğine göre (Yenen, 2011: 118) bu kategori şu şekildedir;

- Birinci Kategori; 1922 – 1960 yıllarını kapsayan bu dönem çağdaşlaşma ve modernleşmenin dine olan yaklaşımına paralel bir şekilde özellikle Kurtuluş Savaşı, Millî Mücadele ve Kuvay-i Milliye gibi konuları ele alan filmlerde "**dışlanmış din adamı**" tiplemesi,
- İkinci Kategori; 1960 – 2000 yıllarını kapsayan bu dönem Türk sinemasında toplumun bozuk yönlerini içerisinde bulunduran yozlaşmış bir karakter olarak "**daraltılmış din adamı**" tiplemesi,
- Üçüncü Kategori; 2000'li yıllardan itibaren Türk sinemasında yer alan toplumsal yaşamın gerçek bir aktörü olarak "**kabullenilmiş din adamı**" karakteri.

2.1. Dışlanmış Din Adamı Tiplemesi

Cumhuriyet'in kurulmasının ardından dinin reforme edilen özellikleri ve siyasi paradigmanın karşısında iktidarın elinde kullanmak istediği merkezin "dışında" kontrol edilmesi ihtiyaç duyulan bir olguyu sunduğundan söz edilebilir (Yenen, 2011: 120).

Genellikle ilerlemenin önünde duran karşıt unsur olarak görülen ve maneviyatla sınırlandırılan din, ilk dönem Türk sinemasında bu sınırlandırma ekseninde dışlanmış. Bu durum Ayrancı'ya göre şöyle ifade edilmiştir; "...biraz geriye baktığımızda, Türk sinemasında farklı amaçlarla dine, dindarlığa ve dini değerlere karşı saldırma onları aşağılayıp kötü bir şekilde sunmak kolektif bir bakış açısı olarak belirlemektedir" (Ayrancı akt. Lüleci, 2007: 26). Çünkü Kılıç'ın belirttiğine göre "kökten batıcı cumhuriyet seçkinleri" dini, egemen önderler ellerinde güç olarak tanımlamış ve birtakım vurgular ile birlikte ifade edilen bu din anlayışını merkezde bulundurarak hedefte olan çağdaşlık düzeyine ulaşmada dini çağdaşlaşmanın karşısında konumlandırmışlardır (Kılıç akt. Üzdü, 2016: 134).

Bu filmlerdeki karakterler genellikle değişimin önünde duran, bağnaz bir din anlayışına sahip olan kimselerdir. Modernleşmenin ve değişimin öncüsü olarak köye ya da kasabaya gelen aydının karşılaştığı tüm engeller din adamı karakteri üzerinden üretilmektedir (Karakaya, 2008: 161-162).

Din adamı karakterleri Türk modernleşmesinde ilerlemenin ve çağdaş medeniyetler seviyesine ulaşmanın önünde bir engel olarak düşünülmüştür. Bu sebeple ilk dönem Türk sinemasında din öğeleri yalnızca manevi alanla sınırlandırılmış ve bu sınırlandırılmayla birlikte din adamı, dindarlık gibi öğelerle dışlanmıştır (Yenen, 2011: 198). Türk sinemasının “Geçiş Dönemi” olarak da adlandırılan 1939-1953 yılları arasında yapılan birtakım filmler dindar kesim tarafından ciddi eleştirele maruz kalmıştır. Bunun sebebi 1949’dan itibaren dini, kötü adamların devreye girmiş olmasıdır. İstiklal Savaşı filmlerinden olan Vurun Kahpeye (1949) filminde Aliye öğretmeni bir iftira ile taş ve sopalarla linç ettirmeye çalışan yobaz, gerici bir din adamı yer almaktadır (Özgüç, 2005: 187).

Lütfi Ö. Akad’ın yönetmenliğini yaptığı Vurun Kahpeye (1949) filminde yer alan din adamı ögesi olarak Hacı Fettah karakteri Kuvâ-yi Milliye’ye karşı düşmanla iş birliği içerisinde olan filmde dışlanmış bir imam olarak gösterilmektedir. Filmde Hacı Fettah şunları söylemektedir: “Kuvâ-yi Milliye denen o başıbozuk alayına katılmayınız. Onlar hem padişahın başını yiyecekler hem de düşmanı gazaba getirip ırzımızı payimâl, malımızı yağma ettireceklerdir... Düşman gelirse gelsin malımıza, canımıza dokunmadıktan sonra ne zararı var.”

Devam eden sahnede ise Hacı Fettah’ın okul elbiseleri ile ellerinde bayrakla gençlik marşı söyleyerek yürüyen ilkökul çocukları hakkında, Hacı Fettah’ın ağzından şu ifadeler çıktığı duyulmaktadır: “Görüyorsunuz, yüzü gözü açık namahrem, erkeklerin kalbini fesada vermek için şarkı söyleyerek dolaşıyorlar. Bunlar, bunlar melundur. Bunların eline çocuklarınızı teslim etmeyiniz. Eğer bir gün içimize düşman girdiğini görmek istemiyorsanız bu kadınları parçalayın.”

Görüldüğü üzere Hacı Fettah bu filmde küçük kız çocuklarının elbiselerine karışacak kadar ve bu çocukların erkeklere karşı özellikle böyle giyindiğini vurgulayacak kadar gerici ve yobaz bir karakter olarak sunulmuştur. Hacı Fettah’ın saçı başı açık öğretmene karşı duyduğu nefret de aşırı şiddetle sonuçlanmış bir şekilde filmde işlenmektedir.

Vurun Kahpeye (1973) farklı bir versiyonunun yönetmenliğini yapan Halit Refiğ, çekmiş olduğu film hakkında şu ifadelerde bulunmuştur;

“Filmde esas alınan İstiklal Marşı olmuştur. Orada aktarılan görüş, orada aktarılan din bağı ile oradaki batıya olan yaklaşım temelinde film ortaya çıkarılmıştır. Bu da işin özüne yaklaşım demek olmuştur. Yani Millî Mücadele de tıpkı bu şekilde kazanılmıştı. Filmde yapılmak istenen de mücadeleye karşı çıkan yobazlar ve irtica meselesi gerçek bir şekilde aktarılmıştır. Yobazların tehdit İslam düşmanlığına dönüşmemelidir. Çünkü Millî Mücadele’yi gerçekleştirenler gericiyle rağmen inanmışlardı” (Refiğ, 2001: 285).

Refiğ’in bu ifadelerinden anlaşılacağı üzere Millî Mücadele döneminde din adamları gerici ve yobaz olarak görülmekteyken, Kuvay-i Milliye tarafı aydın ve ilerlemeci olarak sunulmuştur. Gerici ve yobazların tüm çabalarına rağmen bu savaşın kazanıldığını belirtmesi ise Türk sinemasında Millî Mücadele’nin yabancı düşmana karşı değil de içeride bulunan gerici din adamlarına karşı veriliyormuş gibi bir algı söz konusudur.

2.2. Daraltılmış Din Adamı Tiplemesi

1960 ve 1996 yılları arasını “Geleneksel Türk Sineması” olarak adlandıran Yenen, bu dönemde yapılmış olan filmlerde din, din adamı ve dindarlık unsurlarının “daraltılmış” bir bakış açısı ile birlikte ele alındığını belirtmektedir. Yenen aynı zamanda bu dönemde çekilen filmlerin

din, köy ve köylülük ile beraber anıldığından söz ederek dindarlığı “köy ve gecekondu dindarlığı” tipolojileri biçimi ile sunulduğundan söz etmektedir. Bunların bazı dini ritüeller ile yapıldığını belirterek; kurban bayramı, kurban edilecek hayvanın süslenmesi, imam nikahı sırasında anahtar gibi materyallerin kullanımı, adak kurbanı, yeni doğmuş çocuğun kulağına ezan okumak, başlık parası duası, kurban olarak horoz kesilmesi, bel büyü, kurşun dökülmesi, Müslüman bir kişinin bir tarikat ile birlikte anılması ve doğruyu bulması için bir şeyhe veya hocaya bağlı olması, köylünün ağanın kulu olması, dinsel olarak teknik ve medeniyetin günah algılanmasıdır (Yenen, 2011: 200).

Daraltılmış din adamı tiplemesinin bulunduğu dönemdeki filmlerde yer alan din adamları genellikle köy ortamlarında sunulan bir karakterdir. Bunun yanında din adamları “büyü, üfürme, nazar, muska” gibi bazı uygulamaları kullanmaktadır. Ayrıca bu dönemde temsil edilen din adamı yaşadığı bölgede gücü elinde bulunduranın yanında yer alarak yandan bir tutum ile ezilenin karşısında ezen profilinde görülmektedir (Yenen, 2017: 122).

Bu dönem içerisindeki yapılan filmlerde öne çıkan önemli bir unsur dini öğelerin genelde köy konulu filmlerde yer almasıdır. Bu nedenle dini öğelerin temsili, yaşamın mekânsal pratiğinde çevreye karşılık gelen kırsal bölgelerde yoğunlaşmaktadır. İslam’ın bir şehir dini olması ve dini yaşamın köylülüğü üzerinde olan olumsuz vurguların yoğunlaşmasına rağmen dinin köy yaşantısı ve köylü ile özdeşleştirilmesinden söz edilebilmektedir (Yenen, 2017: 192).

Bu filmlere örnek olarak; Yılanların Öcü (1962), Kuma (1974), Sürü (1978), Kibar Feyzo (1978), Hazal (1979), Üçkağıtçı (1981), Keriz (1985) gibi filmler daraltılmış din adamının sunulduğu filmler olarak gösterilebilir.

Türk sinemasının bu döneminde çeşitli filmlerde çoğunlukla yan karakter olarak sunulan din adamı tiplmeleri, üçkağıtçı, muskacı, yobaz, büyücü, eğitimsiz, kırsal otoritenin koruyucusu, çağdaşlaşma retoriği ‘Aydınlanma’ ya karşı, İslam’ın asıl değerleri ile örtüşmeyen ve dini, kendi çıkarları uğruna kullanan kişilikler olarak sunulmaktadır.

Kemal Sunal filmlerinde dini karakterlerin ele alındığı bu çalışmada da incelemesi yapılacak filmler bu dönemde çekilmiştir. Film incelemelerine göre “daraltılmış din adamı” hem şehirde hem de kırsal kesimde görünmektedir. Şehirdeki din adamı ticarete girmiş ve kapitalist düzende kendine bir yer bulmuşken, kırsaldaki din adamının da köyde gücü elinde bulunduran ağanın maşası konumunda olduğu görülmektedir. Bunun dışında dini karakter olarak karşımıza çıkan din adamları, köy filmlerinde daha çok üfürükçülük işleri ile anılmaktadır.

2.3. Kabullenilmiş Din Adamı Karakteri

2000’li yıllara kadar ortaya konulmuş sinema eserlerindeki içerisinde din, din adamı ve dindarlık konularının dışlanmış ve daraltılmış özellikleri ile hacı-hoca tiplmelerinin, “Yeni Türk Sineması” olarak adlandırılan bu dönemde dini öğelerin, yerini sosyal yaşamın gerçekçi karakterlerine bıraktığı görülmektedir. Türk sinemasında geleneksel bir hacı-hoca tiplemesi örneklerine rastlanılmış olsa da 2000’li yıllardan sonra din sosyolojik bir aktör olarak sıfat elde etmiş ve din adamları, sinematografik imge yoluyla sosyal yaşamda bir gerçeklik olarak kabul görmüştür (Yenen, 2011: 124).

3. KEMAL SUNAL

1944 yılında İstanbul’da doğan Kemal Sunal, Akşam Gazetesi’nin düzenlediği ilk Liselerarası Tiyatro Yarışması’nda “Harput ’da Bir Amerikalı” adlı tiyatro oyunuyla büyük bir başarı kazanarak oyunculuk serüvenine başlamıştır (Sunal, 1998: 107). Ertem Eğilmez’in teşviki ile sinemaya yönelen Sunal, toplamda 82 filmde oynamıştır (tr.wikipedia.org, 2020). Balalayka (2000) filminin çekimleri için Trabzon’a gitmek üzereyken 3 Temmuz 2000 tarihinde vefat etmiştir.

Sunal, filmlerinde konuların gündelik yaşamdan olması basit ve kolaylıkla anlaşılabilir şekilde olması, espri anlayışının yerli mizah anlayışı ile örtüşmesi, halktan olan tiplerin canlandırılması sonucu filmlerden çıkarılacak ders ya da verilmek istenen mesajın kolay bir şekilde algılanabilmesine olanak vermektedir (Sunal, 1998: 106).

3.1. Kemal Sunal Filmlerinde Din Adamlarının Sunumu

Cumhuriyetin ilk yıllarında ve daha sonraki dönemlerde yapılan Türk filmlerinde izlenen din adamı karakterleri ile 1980'li yıllarda özellikle Kemal Sunal'ın başrol oynadığı filmlerde yoğunluk kazanan din adamı karakterleri çok daha farklı bir sunuma sahiptir. Bu dönemlerde yapılan filmlerde ekonomik ve sosyal politikaların eleştirileri yapılırken, genellikle bozuk düzenle uyum sağlamış dindar tüccarlar öne çıkmaktadır (Karakaya, 2008: 161). Yoksul (1986), Deli Deli Küpeli (1986) ve Kiracı (1987) filminde yer alan dini karakterler "dindar tüccar" olarak örnek gösterilebilir.

Kemal Sunal filmlerinde; kötülerin, köşe döndürücülerin ve üçkağıtçıların normal hayatta da güçlü olmalarına rağmen en ufak bir ters çıkışta afallamaları, güçlü olmasa da iyi niyetli kişilere karşı ya da doğru ve doğrulara karşı her zaman yenilmeye mahkûm olacakları mesajı sürekli izleyiciye verilme çabasında olunmuştur (Sunal, 2008: 106).

Sunal'ın filmlerinde canlandığı iyi ve saf karakterinin karşısında kötü olarak bazen patron, ev sahibi, köy ağası, paragöz akraba, dolandırıcı vs. gibi karakterler yer almaktadır. Bu kötü karakter bazı filmlerde ise birtakım dini sembolleri de üzerinde taşımaktadır. Dini sembolleri kullanmanın yanı sıra bir de isimlerinin önüne kendilerince 'Hacı', 'Şih' gibi sıfatlar veya isimlerinin sonuna 'Efendi' gibi kelimeler alarak toplum içerisinde muhterem bir zat olarak görünmeye çalışıp, el altından gizli işler çevirmektedirler.

Bu filmlerde bakkal ya da toptancı karakterleri genelde dindar kimselerdir ve isimlerinin önünde 'hacı' sıfatı olabilir. Bu karakterler genellikle varlıklı var servetine servet katma peşinde olan kimseler olarak sunulmasının yanı sıra dini sembolleri üzerlerinde taşımaktadırlar.

Köy filmlerinden haksızlık yapan ağanın yanında yer alan onun şakşakçısı, işbirlikçisi şeklinde sunulmaktadır. Menekşeye göre "Hacı-Hoca veya imam, köyün egemeni olan halka zulmeden, ezen köy ağasının yanında yer alırken, bu din adamı veya dini sembolleri üzerinde taşıyan kişi tiplerinin gerçekte sömürüden yana dururken, ezilenin değil de ezenin yanında yer aldıkları gösterilmeye çalışılır" (Menekşe, 2005: 56). Şark Bülbülü (1979) filminde yer alan din adamı tiplemesinin de böyle bir yapıda olduğu görülmektedir.

Kibar Feyzo (1978) filminde Topal Hoca karakteri bir din adamı olarak sunulurken, halkın kendi arasından çıkan bir tip olarak değil de dinin bizzat yarattığı karakterler olarak ele alınmıştır. Topal Hoca muska yazmakta, çeşitli büyüler ile kendisine gelen köylülere üfürükçülük yapmaktadır.

Üçkağıtçı (1981) filminde elinde 99'luk tespih, üzerinde siyah cübbesi ile köylünün parasını alıp onları yağmur duasına götüren ve dini sembolleri üzerinde taşıyan Arif Efendi'nin yağmur yağdıracağına inanmadığını belirten Rıfkı'yı (Kemal Sunal) "mendebur, kafir, yezit, zındık" diye nitelermelerde bulunan bir gerici tiplemesidir.

Anlaşılabileceği üzere bu filmlerde belirli çizgiler ile ayrılmış din adamı tiplmeleri; yobaz, gerici olup, ilme ve fenne karşı duran bazı hurafelere inanan, geleneği temsil eden din adamına ve yanında yer alan eşraftan kimseler veya köylüler ile karşılaşmaktadır (Menekşe, 2005: 57). Bu gerici tiplmelerin karşısında ise çağdaşlığı, ilerlemeyi, yeniliği temsil eden bir karakter olarak Kemal Sunal'ın oynadığı bir rol bulunmaktadır.

Sakar Şakir (1977), 100 Numaralı Adam (1978), Köşeyi Dönen Adam (1978), Kibar Feyzo (1978), İnek Şaban (1978), Şark Bülbülü (1979), Üç Kağıtçı (1981), Keriz (1985), Yoksul (1986), Deli Deli Küpeli (1986), Kiracı (1987) ve Zehir Hafiye (1989) gibi çözümlemesi yapılan filmlerin çoğunda dini bir sembol olarak evlerin içerisinde duvarda seccade asılıdır. Din adamı tiplerinin karakteristik yapılarında dinine bağlı olduğu gösterilirken aynı zamanda Kemal Sunal filmlerindeki din adamı tipleri -paragöz, kurnaz, düzenbaz, dolandırıcı, yalancı, kötü niyetli- olarak işlenmektedir. Buna karşılık Üç Kağıtçı filmindeki gibi örnek din adamı tipleri nadiren gözükmemektedir.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı, Türk sinemasında işlenen dini karakterlerin Kemal Sunal'ın filmlerinde nasıl işlendiğini ortaya koymaktır. Araştırmanın evrenini Kemal Sunal filmleri oluşturmaktadır. Tüm filmleri izlenerek taranmış olup içerisinde dini unsurlar barındıran filmler incelenmiştir. Araştırmanın yöntemi ise nitel araştırma yöntemlerinden, doküman analizi ve nicel araştırma yöntemi olan içerik analizi ile yapılmıştır.

Sosyal araştırma yöntemlerinden biri olan doküman analizi, gözlem ve görüşmenin mümkün olmadığı ve araştırma verilerini zenginleştirmek, aynı zamanda geçerliliğini artırmak amacıyla kullanılan bir tekniktir. Doküman analizi sadece yazılı verilerin incelenmesinde değil, film, görüntü ve benzeri materyallerin içeriğinin çözümlenmesinde de kullanılır. Dolayısıyla doküman analizi, araştırması hedeflenen olay ve olgular hakkında bilgiler sunan yazılı ve görsel materyallerin analizini içermektedir. Nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi, analiz edilecek yazılı ya da görsel dokümanın tespiti, üst ve alt tema kategorilerinin geliştirilmesi ve analiz biriminin tespiti gibi aşamalardan oluşmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 188-189).

Klaus Merten içerik çözümlemesini, sosyal gerçekliğin içerisinde açık olarak bulunan özelliklerinden, mesaj ve kaynaktaki belirli olmayan noktalarda çıkarımlar yapılarak sosyal gerçeklik ile ilgili bilgiler elde etmemize olanak sağlayan bir yöntem olarak tanımlamaktadır (Gökçe akt. Yıldırım, 2015: 122). Bu yöntem ile tespit edeceğimiz Sunal filmlerindeki dini karakterlerin nasıl yansıtıldığı incelenecektir.

5. BULGULAR ve DEĞERLENDİRMELER

Çalışmada incelenen Kemal Sunal filmlerine ait üst tema bulguları frekans tablosunda verilecektir. Alt temalar ise üst tema konularına göre ayrı bir şekilde aktarılacaktır.

Çözümleme yapılırken İslam dinine ait tüm unsurları ele almak yerine İslam işaretleri olan "Şeair" denilen sembollerden yola çıkılarak kodlama yapılmıştır. Bu ölçüde hacı, hoca, şih gibi dini karakterlerin bulunduğu filmler direkt olarak alınmıştır. Seçilen diğer filmler ise üzerinde şeairlerin bulunduğu fakat onlarla ters düşen hareketleriyle ön plâna çıkan karakterlere sahip Kemal Sunal filmleri dahil edilmiştir. Bütün filmler izlenmiş olup çıkarılan veriler ile kodlama yapılmıştır. Bu kodlamalar bir araya getirilerek üst temalar başlığının altında alt temalar olarak eklenmiştir. İçerik analizi tekniklerinden birisi olan frekans analizi ile kavramsallaştırma ve kod kategorileri geliştirilmiştir.

5.1. Kemal Sunal Filmlerinin Kimlik Bilgileri

İncelenen Kemal Sunal filmlerinden elde edilen veriler ışığında örnekleme oluşturan 12 film aşağıdaki tabloda (Tablo.1) bulunmaktadır.

Tablo 1: Filmler ve Kimlik Bilgileri

	Film Adı	Yılı	Yönetmen	Süre
1	Sakar Şakir	1977	Natuk Baytan	81 dk.
2	100 Numaralı Adam	1978	Osman F. Seden	81 dk.
3	Köşeyi Dönen Adam	1978	Atıf Yılmaz	73 dk.
4	Kibar Feyzo	1978	Atıf Yılmaz	83 dk.
5	İnek Şaban	1978	Osman F. Seden	96 dk.
6	Şark Bülbülü	1979	Kartal Tibet	88 dk.
7	Üç Kağıtçı	1981	Natuk Baytan	81 dk.
8	Keriz	1985	Kartal Tibet	98 dk.
9	Yoksul	1986	Zeki Ökten	76 dk.
10	Deli Deli Küpeli	1986	Kartal Tibet	90 dk.
11	Kıracı	1987	Orhan Aksoy	92 dk.
12	Zehir Hafıye	1989	Orhan Aksoy	92 dk.

5.2. Filmlerin Çözümlemesi

İncelenen Kemal Sunal filmlerinde dini unsurlar 6 üst temaya ayrılmıştır. Filmlerde toplamda 78 adet alt temayı belirleyen dini unsur tespit edilmiştir. Bazı alt temalar değerlendirme yapılarak verilmiştir.

Tablo 2: Kemal Sunal Filmlerindeki Üst Temaların Frekansları

	ÜST TEMALAR	F
1	Dini Karakterler	12
2	Dini Kıyafetler	6
3	Dini İşaretler	7
4	Dini İfadeler	22
5	Dini Karakterlerin Sunumu	31

5.3. Dini Karakterler

Sakar Şakir filminde “Hacı Şen” karakteri, amcasının vefatı üzerine servetini Şakir’e bırakmasına rağmen vasiyeti hiçe sayıp servete sahip olmak için her türlü yola başvuran bir karakterdir.

100 Numaralı Adam filminde “Sütçü Ali” karakteri, evinde bulunan dini sembollerden dolayı ve birtakım söylemlerinden ulaşılabileceği üzere dini bir karakterdir. Fakat süte su karıştıran ve paraya olan tutkusu sebebiyle önceden günah dediği işlere günah demeyerek iki yüzlü biri olarak sunulmuştur.

Köşeyi Dönen Adam filminde “Hacı Ömer” karakteri, paraya olan tutkusu sebebiyle yapmayacağı şey olmayan ikiyüzlü dini karakterdir.

Kibar Feyzo filminde “Topal Hoca” ve “Hacı baba” karakteri; Topal Hoca karakteri köydeki üfürükçü şeklinde sunulurken Hacı baba ise daha fazla para elde etmek için kurnazlığı ile ön plâna çıkan bir karakterdir.

İnek Şaban filminde “Bekir Efendi” karakteri, paraya olan düşkünlüğü ile ön plâna çıkmaktadır.

Şark Bülbülü filminde “Şih Efendi” karakteri, köydeki güçlü köy ağasının yanında yer alarak paranın geldiği taraftan yana birtakım sahte dini kurallar belirleyen bir dini karakterdir.

Üç Kağıtçı filminde “Arif Efendi” ve “Murat Hoca” karakterleri; Arif Efendi köylüden para alarak onları yağmur duasına çıkartan bir dolandırıcı iken Murat Hoca köyün imamıdır.

Keriz filminde “Topal Abbas” karakteri, yeğeninın servetine başkasının sahip olacağı korkusuyla hareket eden üzerinde dini semboller taşıyan ayrıca dini kullanarak hurafeler uyduran bir karakterdir.

Yoksul filminde “Hacı” karakteri, bir yandan tespih çekip dua ederken bir yandan doğru düzgün konuşmadan ağızında sözcükleri ve anlamsız sesler ile dedikodu yapabilen bir karakter olarak görülmektedir.

Deli Deli Küpeli filminde “Hacı Kara Murat Oğlu” karakteri, zor durumda olan köylüyü kendisine muhtaç eden ve onları dolandıran iki yüzlü bir karakterdir.

Kıracı filminde “Hacı Bey” karakteri, ağızından Allah kelimesi eksik olmayan bu karakter yüksek miktarda kira isteyip aynı zamanda kiracısını rahat bırakmayan bir karakterdir.

Zehir Hafıye filminde “Hoca Efendi” rolü. Cemal karakterinin senaryo içerisinde hoca kılığına girmesi sonucunda üfürükçü olarak ortaya çıkmıştır.

Dini karakterlerin isimlerine bakıldığında bazılarının Ömer, Ali, Bekir veya yalnızca Hacı olarak anıldığı görülmektedir. Dini isimlere sahip bu karakterlerin nasıl sunulduğu gösterilecektir. Bu karakterlere karşılık Kemal Sunal’ın aldığı isimler ise en çok Şaban olmak üzere Şakir (şükreden) gibi bir ismi de “sakar” sıfatıyla aldığı görülmektedir. Şaban ismi toplumda oluşturduğu algı inek sıfatıyla birlikte yaygın olarak anıldığı için “saf” anlamını yansıtmaktadır.

5.4. Dini Kıyafetler

Üç Kağıtçı filminde (05:53) Arif Efendi, elinde 99’luk tespih, siyah cübbe, uzun sakallı olarak gözükmektedir.

Üç Kağıtçı filminde (07:07) Murat Hoca köyün imamı ve Arif Efendi’ye karşı mâkul hoca olarak sunulmaktadır. Öyle ki Murat Hoca sakal traşlı yalnızca bıyığı ile üzerinde gömlek ve kravat, cüppe ve takkesi bulunmaktadır.

Şark Bülbülü filminde (16:20) Şih Efendi’nin başında takkesi, üzerinde cüppesi ve elinde tespihi görülmektedir.

Kıracı filminde (27:28) Hacı Bey karakteri, başında beyaz takke, sakallı ve elinde tespihle görülmektedir.

Yoksul filminde (25:02) Hacı karakteri, başında siyah takke, uzun siyah paltolu, uzun sakalı ve elinde tespihle görülmektedir.

Zehir Hafıye filminde (01:11:33) Hoca Efendi, takkeli ve gömleğinin tüm düğmeleri iliklenmiş ve sahte uzun sakallı olarak görülmektedir.

5.5. Dini İşaretler

Sakar Şakir filminde (00:47) Hacı Şen’in elinde tespihle gezdiği görülmektedir.

100 Numaralı Adam filminde (15:08) Şaban’ın babası olan Sütçü Ali’nin evinin duvarında seccade ve Arapça (bismillahirrahminirrahim) yazılı tablo gibi dini semboller bulunmaktadır.

100 Numaralı Adam filminde (09:24) evin duvarında seccade olduğu görülmektedir.

Üç Kağıtçı filminde (11:11) Sabri, Rıfki’nın mallarının üzerine konar fakat evinin duvarında seccade asılıdır.

Kibar Feyzo filminde (19:15) Hz. İsa’nın kuzularla olan bir tablosu yer almaktadır. Aynı zamanda duvarda asılı halde içerisinde cami olan kilim bulunmaktadır.

Kiracı filminde (26:18) arkada Kâbe'nin bulunduğu duvara asılı bir nesne bulunmaktadır. Ayrıca Hacı Bey'in takkesi ve elinde tuttuğu tespih göze çarpmaktadır.

Şark Bülbülü filminde (16:20) Şih Efendi'nin arkasındaki duvarda seccade asılı olduğu görülmektedir.

5.6. Dini İfadeler

Sakar Şakir filminde (03:12) "Hacı" hakkında "Hacı şimdi kıçımıza kazığın budaklısını sokar", (03:16) "Ne Hacısı be? Hacca gitmeden kendine hacı dedirten ineğin biri bu" ve (03:22) "Allah büyüktür. Hacı 'ya bir bela sarkıtır yukardan" ifadeleri yer almaktadır.

Üç Kağıtçı filminde (06:26) Arif Efendi kendisine yağmur yağdıramayacağını söyleyen Rıfkı'ya "Bana bak kâfir ben istediğim zaman yağmur yağdırırım haa, bunu bilesin!" şeklinde cevap vermiştir.

Üç Kağıtçı filminde (06:45) Arif Efendi'ye kendisinin köylüyü kandırdığı dile getirildiğinde şöyle cevap vermektedir; "Tövbe estağfurullah, kâfir, yezit herif."

Üç Kağıtçı filminde (07:02) Arif Efendi yerine mâkul imam olarak sunulan Murat Hoca, Arif Efendi'yi şöyle eleştirmektedir; "Herhalde Almanya'da bizim köylü gibi yağmur yağdırırsın diye bir geri kafalının peşinden giden kalmamıştır. Cami'de vaazda onlara yağmurun ne şartlarda yağdığını anlattım, ama insanlar Allah'ın işaret ettiği ilim üzerinden yürümezler de gördüğün gibi Arif denilen bir sahtekârın peşinden giderler."

Keriz filminde (31:10) Topal Abbas iftira sonucunda "Köyün bereketi kalmayacağını" gibi dini kullanarak bazı sözler sarf etmektedir.

Keriz filminde (34:17) Zülfü'nün evini taşıyan Topal Abbas, taşların Hak Teâlâ'dan geldiği yalanını söylemektedir.

Keriz filminde (01:13:39) Topal Abbas, bir an önce İstanbul'a gitmek için numaradan "Ben ikindiye kaçırdım gidip namaz kılam" demektedir.

Deli Deli Küpeli filminde (09:09) Hacı Karamuratoğlu, zor durumda olan köylüye istifçilik yaparak fiyat yükseltme amacıyla ürün satmayarak şu ifadelerde bulunmuştur; "Yok diyorum, gâvur musunuz siz? Allah şahidim olsun ki yok."

Deli Deli Küpeli filminde (09:38) Hacı Karamuratoğlu, yalan söylediği halde köylülere "Allah doğrunun yardımcısıdır" demektedir.

Kiracı filminde (34:32) Hacı Bey "Allah'ın bahşettiği kıymetli nefesimizi boşuna harcamayalım" diyerek cevaplamak istemediği soruları geçiştirmektedir.

Zehir Hafiye (01:11:21) filminde "Bu insan azmanı burdan çıksın efendim, havanın kutsiyetini bozuyor, uzaklara gitsin."

Zehir Hafiye filminde (01:11:58) Hoca Efendi, "Senin çok okunup üflenmeye ihtiyacın var" diyerek üfürükçülüğü tavsiye olarak ifade etmektedir.

Zehir Hafiye filminde (01:12:13) Hoca Efendi, "Tanrı'nın huzurunda karı gibi kıpırdanmaz" ifadesini kullanmıştır.

Kiracı filminde (37:16) Elinden tespihi düşürmeyen ağzından Allah'ı eksik etmeyen Hacı Bey, kapitalist sistemde ezileni değil ezeni temsil etmektedir. Şartlar zor diyerek fazla kira istemektedir.

Kibar Feyzo filminde, (11:28) Feyzo, abdest alıyormuş gibi yaparak "Bismillahirrahmanirrahim" demektedir. (11:38) "Bismillah" demiştir. (11:47) "Euzubillah" demiştir. Tüm bunları film içerisinde numaradan yaptığı anlaşılmaktadır.

Şark Bülbülü filminde (16:57) Şih Efendi, yeminini bozana telafisi için kendince dini çerçevede neler yapması gerektiğini belirlemektedir; "Önce iki koyun kesip birini mübarek yatıra, diğerini de kurda kuşa verilmek üzere bana getiresin. Ondan sonra kırk gece nafile namazı kılıp, iki bayram arasını oruçla geçiresin. 9 bin dokuz yüz doksan dokuz tespih zikirden sonra yeminin boş olacak. Şaban kendisi vazgeçmiş gibi olması için başlık parası 500 Bine çıkarıla ve altı ay mühlet kona."

Şark Bülbülü filminde (20:02) Şih Efendi'nin belirlediği dini takvimi muhtar şöyle dile getirmiştir; "Ramazan-ı Şerif iki ay sayılacak, Şeker Bayramı 15 gün, Kurban Bayramı 3 hafta, kandiller birer hafta, Cumalar ikişer gün."

5.7. Dini Karakterlerin Sunumu

Sakar Şakir filminde (01:59) Hacı Şen paragöz ve dolandırıcı olarak sunulmuştur; "Merak etme hanım her şeyin bir çaresi vardır. Dükkân ve apartmanları sahte evrakla üzerimize geçireceğiz. Amcanın yeğeni geldiği zaman hava alır."

Sakar Şakir filminde (11:01) Hacı Şen kiracılardan kira almaya giderken hakkında şöyle bir ifade bulunmaktadır; "Seninki kirayı asılmaya geliyor, hazırladın mı? Hacı bu! Vermezse adamın dübüründen kıl bile yolar. Ne inehtir o... şu gelişe bak be!" "Hacı bu" ifadesi ile olumsuz bir davranışa genelleme yaptığı ve bütün hacıların öyleymiş gibi olduğu şeklinde bir algı oluşmaktadır.

Sakar Şakir filminde (19:12) Hacı Şen Bakkaldan kilo ile satış yaparken parmakları ile tartıya baskı uygulayarak ağırlık kazanmasını sağlar. Bu hareketiyle Hacı'nın haksız kazanç peşinde olduğu anlaşılmaktadır.

Sakar Şakir filminde (27:58) Hacı Şen; "O salak Şakir'i bu gece Sevda'nın dairesine atacağım. Bu gece de karının kırığı gardırop Fuat geliyor, düşün Şakir'i dostunun yatağında yakalarsa ne yapmaz?" ifadeleriyle Hacı Şen'in paraya ulaşmak adına her türlü plânı yapabilen biri olarak gözükmektedir.

Sakar Şakir filminde (45:24) Hacı Şen, bakkaldaki pirincin içine taş koyarak sahtekârlık yapar ve bunu marifetmiş gibi gösterir; "Hile satacan ki ihya olasin" der. Hacı Şen burada dolandırıcı olarak gösterilmektedir.

Sakar Şakir filminde (51:40) Hacı Şen, Sevda Hanımla Şakir'e karşı plân yapar aynı zamanda kadını okşar; "O namussuza bir tane boş kâğıda imza attıracan, bütün mesele bu. Sen bu işi şurup gibi yaparsın." Hacı Şen bu davranışıyla dükkâna ve diğer servete sahip olmak adına hem hain plânlar yapar hem de bir kadına cinsel bir yaklaşımda bulunur.

Sakar Şakir filminde (01:06:12) Hacı Şen, eşine; "Kurnaz olalım kurnaz" diye tavsiye vermektedir. Hacı Şen'in kötü öğütler de verdiği görülmektedir.

100 Numaralı Adam filminde (07:35) Şaban'ın babası Sütçü Ali süte su katarken görülmektedir.

100 Numaralı Adam filminde anlaşılacağı üzere daha önceleri film çekmenin günah olduğunu düşünen Sütçü Ali, Şaban'ın o işten para kazanacağını anlayınca tavrını değiştirmektedir; Filmde (30:06) Şaban'ın kardeşi, Sütçü Ali'ye "Baba film çekiyorlar hani günahı?" sorusuna karşılık Sütçü Ali paranın geldiğini görünce "Sus, kapa çeneni zevzek gerizekali" cevabını vermektedir.

Köşeyi Dönen Adam filminde (21:19) Hacı Ömer miras kalan Âdem Zengin'e karşı tavır değiştirmeye başlar ve bunun üzerine; "Doların kokusunu aldın değil mi?" diye kendisine sorulur. Bu filmdeki Hacı Ömer karakteri birçok sahnede iki yüzlü olarak sunulmuş olup, (33:20) kızını nişanlayan Hacı Ömer, mirasın sadece bir eşek olduğunu görünce (36:52) tavır değiştirmektedir. Hacı Ömer, Âdem istediği için (46:44) kızına ve karısına açılıp saçılmasını söylemektedir. Hacı Ömer, (48:01) Kemal Paşa inkılabında hükümet zoruyla şapka aldığını belirtmektedir.

Köşeyi Dönen Adam filminde (33:47) Hacı Ömer'in kızı başörtülü karaktere çarşafı kahpe denilmektedir. Hacı'nın kızı da küfürlü bir şekilde cevap vermektedir.

Köşeyi Dönen Adam filminde (01:05:31) Hacı Ömer'in içki içtiği görülmektedir. Hacı Ömer bu filmde tamamen iki yüzü, para uğruna yapmayacağı şey olmayan biri olarak sunulmuştur. İki yüzlü olduğunun farklı bir kanıtı içki içerken "Allahım sen günah yazma" demesidir.

Kibar Feyzo filminde (11:07) Hacı Efendi tavsiye olarak Topal Hoca'nın okuyup üflemesi gerektiğini belirtmektedir.

Kibar Feyzo filminde (11:26) Feyzo numaradan abdest almaktadır. Feyzo, Topal Hoca abdest aldığı için gider yanına oturur ve o da abdest alıyormuş gibi yaparak pazarlığa başlamaktadır.

Kibar Feyzo filminde (11:58) Topal Hoca, Feyzo ile abdest alırken pazarlık yapar.

Kibar Feyzo filminde (12:52) Topal Hoca, Feyzo'yu okuyup, üflemektedir.

Kibar Feyzo filminde (18:42) Hacı hakkında kurnaz olduğu konusunda "Tilkiyi bilem suya götürür susuz getirir" ifadesi yer almaktadır.

Kibar Feyzo filminde (19:03) Hacı'dan gavur olarak bahsedilmiştir; "Bu gavur Hacı'nın oyununa gelmeyecek Hoca Efendi."

İnek Şaban filminde (11:54) Bekir Efendi, İnek Şaban'la elinde tespih sayarken başlık parası için pazarlık etmektedir.

Şark Bülbülü filminde (16:38) Şih Efendi köyde gücü elinde tutanın yanında yer alarak para karşılığı köy ağasının istediği çözüm yolunu bulur.

Üç Kağıtçı filminde (19:29) Arif Efendi; "Dini kullanarak köy halkını aldatmaya çalışan Arif Efendi oyununun bozulacağını anlayınca, köylüleri Rıfkı'ya karşı kıskırtır ve köyden gönderilmesini ister."

Keriz filminde Zülfü'nün emmisi Topal Abbas köyün bereketi "Ben ikindiye kaçırırım gideyim" gibi sözleriyle dinine bağlı birisi olduğu anlaşılmaktadır. Fakat Topal Abbas, Zülfiye'nin Zülfü'nün serveti üzerine konacağını düşündüğü için Zülfiye ile Zülfü'yü uzaklaştırmak istemektedir. Zülfiye hakkında asılsız iddialarla dini öğeleri kullanarak köylüyü kıskırtır. Ancak daha sonra Zülfiye'nin tarlasının kıymetli olduğu anlaşılınca Topal Abbas, tam tersi bir davranış sergilemiştir. Zülfiye'nin (01:36:52) söylediği; "Ortaya para girince namuslu olduk" sözüne karşılık Topal Abbas'ın "Geçmiş unutamız güzel gelinim. Birlik, düzenlik içinde yaşayalım" ifadeleri ile Topal Abbas'ın paragöz ve çıkarıcı olduğu sergilenmektedir.

Yoksul filminde (25:03) Hacı, tespih çekip dua ederken aynı zamanda buldukları Han'da neler olup bittiğine dair bilgi edinmeye çalışarak dedikodu yapmaktadır. Bunları yaparken Hacı, hiç konuşmadan homurdanma şeklinde cevaplar vermektedir.

Deli Deli Küpeli filminde (15:58) Hacı, Karamuratoğlu, kasabalıya at ve eşek eti satarken kendisine inek etlerini saklamaktadır. Halkın sağlığını hiçe sayan Hacı, ölü at ve eşeklerin etlerini bile satmaktan çekinmemektedir.

Deli Deli Küpeli filminde (54:10) Hacı Karamuratoğlu dininde, namazında ve niyazında olduğunu belirtirken içki içtiği görülmektedir. İki y zli ve dolandırıcı olarak sunulan Hacı'nın burada da diniyle çelişkili şekilde sunulduğu gösterilmektedir.

Deli Deli Küpeli filminde (10:09) Hacı Karamuratoğlu, karaborsacılık yaparak fahiş fiyattan t p satar; "S k l n paraları" demektedir.

Kiracı filminde (27:50) Hacı Bey yüksek kira istemektedir; "Aylık 90 bin. 350 bin de depozito. Bakın ben peşinat istemiyorum." Bu kira bedelinin fazla olduğunu Kerim karakterinin sözlerinden anlıyoruz; "Aylık 90 bin. 350 bin depozito, bakın ben peşinat istemiyorum. Bir de peşinat isteseydin bari."

Zehir Hafiye filminde (01:12:42) Hoca Efendi karşısındakini okuyup,  fl yormuş gibi yaparak ona tükürür.

SONUÇ

Dönemsel olarak farklı bir şekilde işlenen Türk Sinemasındaki din adamı tiplerinin dışlanmış, daraltılmış ve kabul edilmiş olarak sunulduğunu gördük. Kemal Sunal filmleri çerçevesinde incelemiş olduğumuz bu çalışmada filmlerde yer alan din adamı ve dini karakterlerde birtakım değişmez davranışlar saptanmıştır. Bunlardan ilki Sunal filmlerindeki dini karakterlerin önceliği her zaman maneviyat yerine maddiyat olmuştur. Bu dini karakterler daha fazla para kazanma uğruna yaptıkları işlere hile karıştırmaktan çekinmeyen, yalan söyleyen, dolandırıcılık yapan paragöz, kurnaz, açıkgöz, düzenbaz, dolandırıcı, kurnaz olarak filmlerde yer almaktadır.

Sunal'ın filmlerinde, onun karşısında yer alan dini karakterler, sürekli onu dolandırmaya çalışan paragöz, kurnaz hacı, hoca karakterleri olarak yer almaktadır. Art niyete sahip olarak sunulan bu karakterler, incelenen filmlerde, dini sembolleri üzerlerinde taşıyarak dindar bir imaj çizmeye çalışırlar. Dini sembolleri ve dinin gerektirdiği gibi yaşam sürüyormuş gibi gözüken bu karakterler dindar bir tüccar, zorluk çıkaran dindar ev sahibi, gayrimenkul zengini, dindar ama kızını başlık parasını beğenmediği için evlendirmeyen bu konuda zorluk çıkartan, dindar bir akraba, köydeki şih veya hoca olarak rol almaktadır. Sunal ise oynadığı karakter ile onları alt eden kahraman olarak gözükmektedir.

İncelenen Kemal Sunal filmlerinde dini karakterler, daha fazla para kazanma uğruna dolandırıcılıktan ve ikiyüzlülükten çekinmeyen tipler olarak sunulmuştur. İki içen hacıların ve dini karakterlerin, dolandırıcılığa hiç çekinmeden başvurduğunun gösterilmesinin yanı sıra, hali hazırda iyi bir geliri olan bu karakterlerin bir de üzerine servetine servet katmak için çeşitli plânlar yaptıkları ve paraya doymadıkları anlaşılmaktadır. Bunlara ek olarak bazı filmlerde ise hocalar bir üfürükçü olarak sunulmuştur. Bu hocalar bir takım sihir ve büyüsel yeteneklere sahipmişcesine ve yalnızca bu gibi amaçlar için kendilerine gidiliyormuş gibi sunulmaktadır. Dolayısıyla Kemal Sunal'ın filmlerinde dini karakterlere karşı olumsuz bir algı oluşturulduğu saptanmıştır.

KAYNAKLAR

- Candemir,  . (1986). "Türk Sinemasında Dini Filmler", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Einstein, S. M. (1985). Film Biçimi, İstanbul: Payel Yayınevi.
- Karakaya, H. (2008). "Türk Sinemasında Din Adamı Tiplemesi", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, El ziğ, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı.
- Kirel, S. (2005). "Yeşilçam  yk  Sineması", İstanbul: Babil Kitap.

Türk Sinemasında Din Adamlarının Sunumu: Kemal Sunal Filmlerindeki Dini Karakterler Üzerine Bir İnceleme

- Lüleci, Y. (2007). "Sinema ve Din: Türk Sineması Örneği", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İlahiyat Anabilim Dalı.
- Menekşe, O. (2005). Türk Sinemasında Din ve Din Adamı İmajı, II. Uluslararası Dini Yayınlar Kongresi, 5-7 Kasım, II. Uluslararası Dini Yayınlar Kongresi, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara, 45-66.
- Özgüç, A. (2005). Türklerle Türk Sineması, İstanbul, Dünya Kitapları.
- Refiğ, H. (2001). Düşlerden Düşüncelere Söyleşiler, İstanbul, Kabalcı Yayınevi.
- Sunal, K. (1998). "TV ve Sinemada Kemal Sunal Güldürüsü", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo, TV ve Sinema Anabilim Dalı.
- TDK. (2020). sozluk.gov.tr
- Ünsür, O. (2003). "Din ve Sinema", Antrakt, Sayı: 72, Eylül.
- Üzdü, H. (2016). "Türk Sinemasında Din ve Modernleşme (1960-1975) (Din Sosyoloji Açısından Bir İnceleme)", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı.
- Üzdü, H. (2016). "Modernleşme Sürecinde Türk Sineması ve Din", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Sayı: 42, Cilt: 9, Şubat 2016, 1164-1172.
- Velioğlu, Ö. (2004). "70'li Yıllar Türk Sineması Köy Filmlerine Türklerin İslamiyet Öncesi Dini İnançlarının ve İslamiyet İnançının Yansımaları", Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı.
- Yenen, İ. (2011). "Toplumsal Tezahürleri Bağlamında Türk Sinemasında Din Dindarlık ve Din Adamı Olgusu", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri (Din Sosyolojisi) Anabilim Dalı.
- Yenen, İ. (2017). "Türk Sinemasında Din Adamı Tiplerine Tarihsel Bir Yaklaşım Denemesi", TRT Akademi, Cilt: 3, Sayı: 5, Ocak 2018, 286-302.
- Yıldırım, Besim (2015). "İçerik Çözümlemesi Yönteminin Tarihsel Gelişimi Uygulama Alanları ve Aşamaları", İletişim Araştırmalarında Yöntemler, Ed.: Besim Yıldırım, Konya: Literatürk, 106-153.
- Yıldırım A. & Şimşek H. (2005). Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Wikipedia (2020). Kemal Sunal Filmografisi https://tr.wikipedia.org/wiki/Kemal_Sunal_filmografisi E.T: 03.04.2020.